

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Романчук Иван Сергеевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 31.03.2022 09:20:59

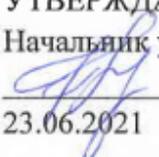
Уникальный программный ключ:

6319edc2b582ffdacea443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник управления ИОТ

 Н.К. Федорова

23.06.2021

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

Рабочая программа

для обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 Социология
(очная форма обучения)

Маленков В.В. Бизнес-планирование. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки (специальности) 39.03.01 «Социология», направленность (профиль): Социальная теория и прикладное социальное знание, очная форма обучения. Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины (модуля) опубликована на сайте ТюмГУ: Бизнес-планирование [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

1. Пояснительная записка

Цель дисциплины – формирование у студентов системных представлений о бизнес-планировании в условиях турбулентной экономики.

Задачи курса:

- изучить типы бизнес-проектов, их особенности, порядок разработки бизнес-плана;
- изучить параметры информационного обеспечения бизнес-планирования;
- научиться оценивать экономическую, бюджетную, коммерческую и социальную эффективность инвестиционных проектов;
- научиться понимать особенности бизнес-планирования в кризисной ситуации;
- уметь составить бизнес-план предпринимательской идеи, бизнес-проекта.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевый/функциональный)
ПК-4: Способность использовать методы социологического анализа в процессах разработки и принятия управленческих решений, в оценке их практической значимости, разрабатывать предложения по повышению эффективности труда.	ПК-4.	Знает методы сбора и анализа информации для составления бизнес-плана; специфику разных типов бизнес-проектов; особенности процесса бизнес-планирования; характеристики основных разновидностей бизнес-плана; основные правила подготовки бизнес-плана деловой идеи. Умеет проводить анализ рыночной ситуации; разрабатывать основные разделы бизнес-плана (план продаж, план маркетинга, производственный план, организационный план, финансовый план); проводить оценку эффективности инвестиционных бизнес-проектов.

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
		7
Общий объем зач. ед. час.	4	4
	144	144
Из них:		
Часы аудиторной работы (всего):	50	50
Лекции	16	16
Практические занятия	34	34
Лабораторные/практические занятия по подгруппам	0	0

Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф.зачет, экзамен)	Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Проверка теоретических знаний студента осуществляется в процессе сдачи зачёта, который проходит в устной форме по указанным в перечне вопросам. При сдаче зачёта учитывается посещение студентом семинарских занятий и активность участия в них, а также отметки, полученные при проведении текущего контроля. Практические задания на семинарах и самостоятельная работа студента оцениваются по 5-балльной шкале. Итоговая оценка рассчитывается как среднее арифметическое с округлением в большую сторону.

Оценка «зачет» выставляется студенту, сформулировавшему достаточно полные и правильные ответы на поставленные вопросы. При ответе студент продемонстрировал владение основными терминами бизнес-планирования, логически верно и аргументировано выстраивал свой ответ, знал содержание учебной и научной литературы. Студент также правильно ответил на уточняющие и дополнительные вопросы.

Оценка «незачет» выставляется студенту, если он не дал ответа хотя бы по одному вопросу зачета из двух, либо дал неверные, содержащие фактические ошибки ответы на все вопросы, не смог ответить на дополнительные и уточняющие вопросы. Оценка «незачет» ставится студенту, отказавшемуся отвечать по вопросам зачета или не явившемуся на зачёт.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Иные виды контактной работы
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Бизнес-проект, классификация и особенности различных типов бизнес-проектов	20	2	4	0	0
2.	Процесс бизнес-планирования	20	2	5	0	0
3.	Анализ рыночной ситуации	20	2	5	0	0
4.	План маркетинга и	20	2	5	0	0

	продаж					
5.	Производственный план	20	2	5	0	0
6.	Организационный план	20	2	5	0	0
7.	Финансовый план	24	4	5	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Бизнес-проект, классификация и особенности различных типов бизнес-проектов

Перспективная бизнес-идея как основа делового проекта. Источники бизнес-идей. Отбор перспективных бизнес-идей, критерии отбора.

Понятие инвестиционного бизнес-проекта, основные признаки бизнес-проекта. Особенности различных типов бизнес-проектов. Классификация бизнес-проектов по типу, виду, классу, масштабу, длительности, сложности.

Состав участников проекта, их роли, распределение функций и ответственности: инициатор, заказчик, инвестор, руководитель проекта, команда проекта, различные консалтинговые, инжиниринговые, юридические организации, вовлеченные в процесс осуществления проекта.

Тема 2. Процесс бизнес-планирования

Формирование концепции проектного предложения, определение ключевых характеристик объекта, составляющих концепцию проекта. Процесс бизнес-планирования от возникновения экономического замысла до получения и распределения прибыли между его участниками.

Общая схема составления бизнес-плана: работы, предшествующие составлению бизнес-плана, основные этапы разработки бизнес-плана.

Основные элементы бизнес-плана. Ключевые моменты бизнес-планирования.

Определение бизнес-плана. Роль бизнес-плана для долгосрочных и среднесрочных проектов, для краткосрочных, небольших по масштабу или локальных бизнес-проектов, для фирм работающих в стабильной ситуации и для венчурных фирм.

Цели и задачи бизнес-плана. Назначение бизнес-плана. Внешние и внутренние функции бизнес-плана.

Характеристика основных разновидностей бизнес-плана: бизнес-план коммерческой идеи или инвестиционного проекта, бизнес-план компании, бизнес-план структурного подразделения, бизнес-план как заявка на кредит или на грант, бизнес-план развития региона (страны). Бизнес-планы по полноте изложения: полный, достаточный и резюме.

Тема 3. Анализ рыночной ситуации

Сканирование и анализ внешней среды: демографические, экономические, экологические, политико-правовые, социально-культурные, научно-технические тенденции. Анализ конкурентов. SWOT-анализ.

Сканирование и анализ внутренней среды: миссия, ресурсы, товарный ассортимент, результаты предыдущей деятельности, отношения с другими компаниями.

Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара на рынке.

Тема 4. План маркетинга и продаж

Описание товара (услуги). Товар по замыслу, товар в реальном исполнении и товар с подкреплением. Классификация товаров. Товарный ассортимент и товарная номенклатура. Этапы жизненного цикла товара. Стратегия разработки новых товаров.

Установление цен на товары: задачи и политика ценообразования. Определение спроса. Анализ цен и товаров конкурентов. Выбор метода ценообразования.

Методы распространения товаров (услуг): каналы распределения и товародвижение.

Продвижение товаров. Разработка мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта. Разработка комплексного бюджета продвижения и отбор элементов комплекса продвижения.

Объективные и субъективные методы прогнозирования продаж. Выбор метода прогнозирования продаж. Прогноз спроса по территориям.

Тема 5. Производственный план

Производственная система. Планирование производства: загрузка производственных мощностей, их размещение, производственный процесс, размещение оборудования, график работ, потребность в материалах. Инструменты производственного планирования. Современные методы производственного планирования.

Контроль над производством. Инструменты производственного контроля. Современные аспекты производства.

Тема 6. Организационный план

Построение организационной структуры. Типичные и новые организационные структуры. Факторы, определяющие оргструктуру. Организационная структура и поведение работников.

Кадровая политика и практика. Оценка результатов работы персонала и мотивация.

Тема 7. Финансовый план

Основные финансовые документы: бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств.

Основные показатели финансово-экономической деятельности предприятия: рентабельность, оборачиваемость, ликвидность, финансовая независимость и устойчивость, деловая активность.

Финансовое планирование: анализ чувствительности, анализ сценариев, моделирование, прогнозирование денежных потоков.

Анализ эффективности инвестиционного проекта.

Планы практических занятий

Тема 1. Бизнес-проект, классификация и особенности различных типов бизнес-проектов

1. Бизнес-идея как основа делового проекта
2. Понятие, основные признаки и особенности бизнес-проектов
3. Характеристика участников проекта

Тема 2. Процесс бизнес-планирования

1. Формирование концепции проектного предложения
2. Схема бизнес-планирования
3. Этапы разработки бизнес-плана
4. Особенности процесса бизнес-планирования
5. Цели и задачи бизнес-плана, его роль в осуществлении различных бизнес-проектах
6. Назначение бизнес-плана, его функции
7. Характеристика основных разновидностей бизнес-плана

8. Структура и основные разделы бизнес-плана

Тема 3. Анализ рыночной ситуации

1. Сканирование и анализ внешней среды
2. Сканирование и анализ внутренней среды
3. Сегментирование рынка
4. Определение стратегии охвата рынка и выбор целевых сегментов
5. Позиционирование товара на рынке

Тема 4. План маркетинга

1. Описание товара (услуги)
2. Установление цен на товары: задачи и политика ценообразования
3. Методы распространения товаров (услуг): каналы распределения и товародвижение
4. Продвижение товаров: разработка комплексного бюджета продвижения и отбор элементов комплекса продвижения
5. Методы прогнозирования продаж
6. Прогноз спроса по территориям

Тема 5. Производственный план

1. Планирование производства
2. Инструменты производственного планирования
3. Контроль над производством, инструменты производственного контроля

Тема 6. Организационный план

1. Организационная структура, ключевые компоненты организационной структуры
2. Кадровая политика и практика

Тема 7. Финансовый план

1. Характеристика основных финансовых документов
2. Основные показатели финансово-экономической деятельности предприятия
3. Финансовое планирование
4. Анализ эффективности инвестиционного проекта

Образцы средств для проведения текущего контроля

Задание 1.

Инвестор предоставил кредит размером 10000 долларов на 5 лет. В конце каждого года он получает 900 долларов, а по истечении 5 лет ссуда будет полностью возвращена. Для подобных кредитов на рынке установилась ставка дохода (дисконта) в 11% годовых.

Какова чистая текущая стоимость (ЧТС) подобного инвестирования денег? Каков интегральный эффект (чистый дисконтированный доход) данного проекта?

Указания к решению:

При оценке эффективности инвестиционного проекта соизмерение разновременных показателей осуществляется путем приведения (дисконтирования) их к ценности в начальном периоде. Для приведения разновременных затрат, результатов и эффектов используется норма дисконта, равная приемлемой для инвестора норме дохода на капитал.

Технически приведение к базисному моменту времени затрат, результатов и эффектов, имеющих место на t -м шаге расчета реализации проекта, производится путем их умножения на коэффициент дисконтирования (dT). Для постоянной нормы дисконта он

определяется как:
$$dT = \frac{1}{(1 + E)^t},$$
 где t – номер шага расчета ($t=0,1,2,\dots,T$);

T – горизонт расчета;

E – ставка дисконтирования.

Таким образом, $ЧТС = \sum(R(t) * dT(t))$, где $R(t)$ – результаты, достигаемые на t -ом шаге расчета, а $dT(t)$ – коэффициент дисконтирования для данного шага расчета.

Задание 2.

Инвестор приобретает недвижимость за 275000 долларов и сдает ее в аренду на 10 лет с получением следующих абсолютных сумм чистого рентного дохода, выплачиваемых авансом.

	Годовая арендная плата
0	30000
1	31000
2	32000
3	33000
4	34000
5	35000
6	36000
7	37000
8	38000
9	39000

Ожидается, что к концу срока аренды недвижимость будет стоить порядка 300000 долларов.

Какова текущая стоимость данного недвижимого имущества, если рыночная ставка дисконта для данного типа недвижимости 11%?

Указания к решению:

Аналогичное прошлой задаче. Чистая текущая стоимость недвижимости складывается из чистой текущей стоимости рентного потока и чистой текущей стоимости реверсии (платежа в 300000 долларов, ожидаемого к получению через 10 лет при ставке 11%).

Задача 2 базируется на абсолютно чистой ренте. Часто арендодатель несет ответственность за оплату части расходов по содержанию недвижимости. Эти расходы вычитаются из арендной платы, и полученный результат дисконтируется в текущую стоимость.

Задание 3.

Инвестору сделали предложение приобрести офисное здание полезной площадью 15000 кв. м. На момент предложения оно сдается в аренду единственному арендатору, имеющему высший рейтинг платежеспособности. Ежегодная абсолютная величина арендной платы рассчитывается, исходя из ставки 14 долларов за кв. м. в год, и выплачивается авансом. Срок аренды истекает через 4 года. Арендатор уведомил хозяина, что в конце срока он освободит помещения.

По мнению оценщика, после отъезда сегодняшнего арендатора лучшим и наиболее эффективным использованием здания будет его перемоделирование под три офисных секции — площадью 5000 кв. м каждая. Есть основания полагать, что в этом случае все секции можно будет сдавать в аренду за 22 доллара за кв. м в течение пятого года. Перемоделирование здания обойдется в 25000 долларов.

Предполагается, что в течение пятого года на перестройку здания потребуется полгода, а в оставшиеся месяцы оно будет занято арендаторами в среднем на 1/3. Постоянные расходы должны составить за год 50000 долларов, операционные расходы — 15% от годовых рентных поступлений.

В течение шестого года ожидается, что пустовать будет только одна секция. Ставка арендной платы, фиксированные и операционные расходы составят 22 доллара за кв. м, 55000 долларов и 15% соответственно.

Ожидается, что с седьмого по десятый год заполняемость возрастет до 90%. Арендная ставка за 1 кв. м составит в 7-м, 8-м, 9-м и 10-м годах 23, 24, 25 и 26 долларов соответственно. Постоянные расходы будут возрастать на 5000 долларов ежегодно, начиная с седьмого года. Доля операционных расходов останется прежней.

По оценкам, через 10 лет данное здание можно будет продать не менее чем за 4 млн. долларов.

На ближайшие 4 года, когда здание будет арендовано первым арендатором, ставка дохода принята за 9%. На вторую часть прогнозного периода ставка дохода оценивается в 10%. Для реверсии принята ставка дисконта в 11%.

Инвестору сделали предложение приобрести это офисное здание за 3 млн. долларов. Каков ваш ответ? Используя приведенную информацию, рассчитайте текущую стоимость данного объекта.

Указания к решению:

Калькуляция арендной платы (абсолютная чистая годовая рента) с 1-го по 4-й год:

14 долларов/кв. м x 15000 кв. м = 210000 долларов.

5-й год: $22 \times 15000 \times 1/2 \times 1/3 = 55000$ долларов.

6-й год: $22 \times 15000 \times 2/3 = 220000$ долларов.

7-й год: $23 \times 15000 \times 0,9 = 310500$ долларов.

8-й год: $24 \times 15000 \times 0,9 = 324000$ долларов.

9-й год: $25 \times 15000 \times 0,9 = 337500$ долларов.

10-й год: $26 \times 15000 \times 0,9 = 351000$ долларов.

Дальнейшие расчеты произведем в таблице.

год	Годовая рента	Постоянные расходы	Операционные расходы	Расходы на модернизацию	Периодический поток дохода	Норма диск-я	Текущая ст-ть
1	2	3	4	5	6	7	8
0	210000	0	0	0	(2)-(3)-(4)-(5)	9	(6)*к-т
1	210000	0	0	0		9	$dT = \frac{1}{(1+E)^t}$
2	210000	0	0	0		9	
3	210000	0	0	0		9	
4	55000	50000	8250	25000		10	
5	220000	55000	33000	0		10	
6	310500	60000	46500	0		10	
7	324000	65000	48600	0		10	
8	337500	70000	50625	0		10	
9	351000	75000	52650	0		10	
Полная текущая стоимость периодического потока дохода							

Текущая стоимость реверсии (платежа в **4000000** долларов, ожидаемого к получению через 10 лет при ставке 11%):

$0,352184 \times 4000000 = 1408737,92$ доллара.

Полная текущая стоимость объекта равняется сумме полной текущей стоимости периодического потока дохода и текущей стоимости реверсии.

Задание 4.

Дом покупается и сдается в наем на 5 лет. $K = 5000$ долларов, $E = 0,08$. Какова стоимость дома на сегодняшний день?

Указания к решению:

Используя формулу коэффициента дисконтирования $dT = \frac{1}{(1+E)^t}$, определяем

чистую дисконтированную стоимость рентного платежа за каждый год, а затем суммируем ее за пять лет, т.е. чистая текущая стоимость дома будет равна:

$$5000 * (1/(1+0,08)^1 + 1/(1+0,08)^2 + 1/(1+0,08)^3 + 1/(1+0,08)^4 + 1/(1+0,08)^5)$$

Можно использовать другой способ решения.

Предполагается, что мы имеем дело с рентой, платежи по годам остаются одинаковыми. Тогда можно использовать формулу суммы дисконтирования. Таким образом чистая текущая стоимость дома будет равна:

$$K * \frac{(1 + E)^t - 1}{E(1 + E)^t},$$

где K – постоянный платеж, $\frac{(1 + E)^t - 1}{E(1 + E)^t}$ – коэффициент суммы дисконтирования.

Задание 5.

Земельный участок дает годовой доход в 1200 долларов. $E=0,08$. Какова стоимость участка наличными при этой процентной ставке?

Указания к решению:

Учитывая, что срок использования земельного участка неограничен, т.е. t стремится к бесконечности, формула коэффициента суммы дисконтирования преобразуется в вид $1/E$. Тогда текущая стоимость участка определяется по формуле: $K * 1/E$.

Задание 6.

Рассматриваются проекты А и Б, каждый из которых стоит 500 000 денежных единиц. Проект А не создаст движения наличности (CF) к концу 1-го года, но с конца 2-го года создаст CF в объеме 100 000 денежных единиц. Проект Б с конца 1-го года и в дальнейшем создаст CF в объеме 80 000 денежных единиц. Если применить 10 % ставку дисконтирования, какова будет ценность проектов.

Указания к решению:

Определяется дисконтированная стоимость проектов с учетом того, что t стремится к бесконечности. По проекту А учитывается неполучение наличности на 1-м году.

Задание 7.

Сегодня осуществлены инвестиции $K = 100$ долларов. Через год получаем $P_1 - I_1 = 108$ долларов. $E = 0,05$.

Стоит ли осуществлять эту инвестицию? Как будет меняться ЧДД при $E = 0,08$ и $E = 0,11$?

Указания к решению:

Расчет ведем по формуле: $ЧДД = (P_1 - I_1) * 1/(1+E) - K$.

Если $ЧДД > 0$, то стоит осуществлять инвестицию, если < 0 , то нет.

Задание 8.

Покупается грузовик за 120000 долларов. Годовые поступления $P = 60000$ долларов, текущие годовые издержки $I = 30000$ долларов, $T = 5$ лет, $E = 0,11$, остаточная стоимость грузовика = 20000 долларов. Определить ЧДД.

Задание 9.

$K = 500000$ долларов, $I = 100000$ долларов в год с ежегодным увеличением на 10000 долларов, $P = 250000$ долларов в год, $K_{ост.} = 30000$ долларов, $T = 5$ лет, $E = 0,08$. Определить ЧДД.

Задание 10.

Начальные инвестиции $K = 35000$ долларов, годовые поступления $P = 18000$ долларов, норма дисконтирования $E = 0,08$, годовые издержки $I = 7000$ долларов, остаточная стоимость $K_{ост.} = 0$, срок инвестирования $T = 5$ лет.

Определить срок окупаемости с учетом дисконтирования (период динамической окупаемости).

Указания к решению:

	Приток	Отток	Куммулятивный поток доходов	Коэф-т дисконт-я	Дискон-й поток доходов
1	2	3	4	5	6
0		35000	(2)-(3)	1	(4)*(5)
1	18000	7000		0,9259	
2	18000	7000		0,8573	
3	18000	7000		0,7958	
4	18000	7000		0,7350	
5	18000	7000		0,6806	

$T_{ок}$ (статистический срок окупаемости) находится между третьим и четвертым годами. Если допустить линейную зависимость, то

$$T_{ок.}=(35000*3)/33000=3,2 \text{ года}$$

$T_{д}$ (динамический срок окупаемости) находится между четвертым и пятым годами.

Если допустить линейную зависимость, то

$$T_{д}=(35000*4)/32340=4,3 \text{ года}$$

Задание 11.

Планируется купить дом. $K = 250000$ долларов, ежегодный доход $P = 30000$ долларов, текущие платежи $I = 9500$ долларов, $K_{ост.} = 210000$, $T = 5$ лет. Какова $E_{вн}$ этой инвестиции?

Указания к решению:

В таблице по годам определяется приток, отток и куммулятивный поток доходов (как в задаче 10).

Внутренняя норма доходности (ВНД) представляет собой ту норму дисконта ($E_{вн}$), при которой величина приведенных эффектов равна приведенным капиталовложениям. Иными словами, $E_{вн}$ (ВНД) является решением уравнения:

$$\sum_{t=0}^T \frac{P_t - I_t}{(1 + E_{ВН})^t} = \sum_{t=0}^T \frac{K_t}{(1 + E_{ВН})^t}$$

Рассчитать внутреннюю норму доходности просто, если имеется одно поступление — один платеж. Если же имеется ряд оттоков и притоков, платежей и поступлений (как в представленной задаче, где $T=5$), то сумма дисконтируется и уравнение по $E_{вн}$ не решается, а оценивается приближенно методом интерполяции.

Делается это таким образом. Берутся на пробу две процентные ставки (например, 5% и 6%) и определяется ЧДД. Таким образом, получим ЧДД₁ и ЧДД₂. Отсюда вычисляется ВНД по формуле:

$$E_{ВН} = E_1 - \text{ЧДД}_1 * (E_2 - E_1) / (\text{ЧДД}_2 - \text{ЧДД}_1)$$

Задание 12.

Фирма действует в регионе, состоящем из 4-х районов. Для каждого района известны изменения в условиях реализации нового товара a (L), интенсивность покупок товара A в среднем одним покупателем в год (J руб./год), выигрыш или потеря доли рынка в результате конкуренции производителей товара A ($\pm d$), издержки по завоеванию рынка в каждом районе (C). Все данные приведены в таблице.

Район 1	Район 2	Район 3	Район 4
L1=15 тыс. покупателей J1=4000 руб/год d1=+0,2 C1=500 тыс руб	L2=22 тыс. покупателей J2=5000 руб/год d2=-0,1 C2=500 тыс руб	L3=28 тыс. покупателей J3=3000 руб/год d3=-0,3 C3=600 тыс руб	L4=11 тыс. покупателей J4=3000 руб/год d4=+0,2 C4=300 тыс руб

Указания к решению:

Критерий оптимума реализации определяется как
 $V=L*J*(1\pm d)-C \rightarrow \max$, где V – объем чистых продаж.

Задание 13.

Предположим, что в результате анализа наилучшего и наиболее эффективного использования критериям законодательной разрешенности, физической осуществимости и финансовой целесообразности удовлетворяет проект освоения земельного участка в виде строительства коттеджного поселка. Так как данный земельный участок находится в экологически чистом, но удаленном месте, для его освоения требуется построить подъездную дорогу. Чем дальше будет откладываться начало проекта, тем больше будет стоить строительство дороги. Но в то же время стоимость экологически чистой земли, а также стоимость деловой древесины, полученной при устройстве просеки для дороги, будут также увеличиваться.

Чистая будущая стоимость проекта в различные периоды будет следующей:

	Год начала проекта					
	0	1	2	3	4	5
Чистая будущая стоимость	50000	64400	77500	89400	100000	109400

Норма дисконтирования 10 %.

Указания к решению:

Рассмотрим предполагаемую чистую настоящую стоимость вариантов реализации проекта в различные будущие периоды.

Как следует из расчетов, чем дальше откладывается начало проекта, тем больше денег поступит от продажи участков земли и деловой древесины. Нашей задачей является максимизация ЧДД проекта, поэтому продисконтируем будущие выгоды.

Оптимальное время начала проекта, которое максимизирует ЧДД, — четвертый год. Заметим, что будущая стоимость участков земли до четвертого года увеличивается более чем на 10% в год. Увеличение стоимости больше, чем расходы на освоение. После четвертого года увеличение стоимости все еще положительно, но уже меньше расходов на освоение. Другими словами, ЧДД увеличивается до тех пор, пока норма увеличения стоимости не станет ниже альтернативной стоимости капитала.

Задание 14.

Предположим, что при разработке инвестиционного проекта по строительству многоэтажного бизнес-центра необходимо принять решение о выборе типа лифтов.

После обсуждения финансовой целесообразности осталось два варианта — лифт типа А и лифт типа В. Лифт А стоит 15000 долларов при сроке эксплуатации 3 года и эксплуатационных затратах 4000 долларов в год. Лифт В стоит 10000 долларов при сроке эксплуатации 2 года и эксплуатационных затратах 6000 долларов в год. Реальная норма дисконтирования — 6%.

Указания к решению:

Так как оба типа лифтов обеспечивают одинаковую полезность, то единственный способ выбрать один из них — сравнение на основе издержек. Определим чистую приведенную стоимость лифтов. Лифт В имеет меньшую настоящую стоимость издержек. Но с другой стороны, лифт В должен быть заменен через 2 года, то есть будущие инвестиционные решения могут влиять на сегодняшние решения.

Для дальнейших рассуждений необходимо каким-либо способом преобразовать настоящую стоимость издержек в издержки, приходящиеся на один год. Получим, что величина эквивалентных годовых издержек для лифта А составляет –9610 дол., а для лифта В –11450 дол.

Из сравнения проектов следует, что использование лифта А предпочтительнее, потому что его эквивалентные годовые издержки меньше, чем у лифта В.

Следовательно, при сравнении подобных проектов с разными сроками жизни необходимо выбирать проект с меньшими эквивалентными годовыми издержками. Предпосылкой данного правила является отсутствие на рынке в течение 3 лет более дешевого рынка.

Следует заметить, что эквивалентные годовые издержки используются потому, что проекты А и В подразумевают принятие через 3 и 2 года нового инвестиционного решения, которое зависит от начального инвестиционного решения. Если же лифты не требуют замены, будущие инвестиционные решения учета не требуют.

Задание 15.

Предположим, что рассматривается проект замены двух автоматических моек на более современные для подземного гаража-стоянки на 750 машин. Каждая старая мойка имеет максимальную производительность 10000 машин в год, но так как стоянка на 100% загружена осенью и весной и на 50% — весной и летом, то фактически количество вымытых машин составляет 7500 машин в год. Расходы на обработку одной машины составляют 2 доллара, при этом старые мойки не имеют остаточной стоимости и срок их службы не определен.

Указания к решению:

При величине общего коэффициента капитализации 10% настоящая стоимость издержек на эксплуатацию двух моек рассчитывается следующим образом:

Годовая производительность 1 мойки – 7500

Эксплуатационные издержки на 1 мойку – 15000

Настоящая стоимость эксплуатационных издержек на 1 мойку – 150000

Настоящая стоимость эксплуатационных издержек на 2 мойки - 300000

Замена моек предусматривает установку двух новых — стоимостью 60000 долларов каждая. Новые мойки имеют такую же производительность, как и старые, то есть обеспечивают обработку предельного количества машин в пик сезона, но в то же время, благодаря ресурсосберегающим технологиям, издержки на обработку одной машины составляют 1 доллар.

С учетом этих данных настоящая стоимость общих издержек на новые мойки составит:

Годовая производительность 1 мойки – 7500

Издержки на покупку 1 новой мойки - 60000

Эксплуатационные издержки на 1 мойку – 75000

Настоящая стоимость эксплуатационных издержек на 1 мойку – 135000

Настоящая стоимость эксплуатационных издержек на 2 мойки - 270000

Таким образом, замена старых моек экономически целесообразна.

Необходимо отметить, что существует еще и третий вариант — замена только одной мойки. Проведите расчеты по этому варианту.

Задание 16.

Предположим, что при имеющемся бюджетном ограничении в размере 10000 долларов необходимо выбрать проект для инвестирования.

Проект А: начальное вложение 10000 дол, поступления в 1 год 30000 дол, 2 год 5000 дол.

Проект В: начальное вложение 5000 дол, поступления в 1 год 5000 дол, 2 год 20000 дол.

Проект С: начальное вложение 5000 дол, поступления в 1 год 5000 дол, 2 год 15000 дол.

Указания к решению:

Исходя из заданных условий, можно инвестировать в любой проект, так как начальные инвестиции не превышают установленного бюджета. При этом ЧДД проекта А больше, чем у проекта В или проекта С. Но если имеется возможность инвестировать одновременно и проект В, и проект С, то суммарный ЧДД проекта (В + С) больше, чем у проекта А.

Ситуация ясно демонстрирует, что в условиях ограниченного бюджета мы не можем выбирать проекты поодиночке на основе их индивидуальных значений ЧДД. Необходимо при этом сконцентрировать усилия на получении максимальной отдачи от каждой вложенной единицы капитала. Другими словами, следует найти проекты, которые предлагают наибольшее отношение настоящей стоимости выгод к начальной инвестиции.

Задание 17.

Требуется определить стоимость права арендодателя в собственности, которая сдана в аренду за 13 долларов за кв. м в месяц на условиях абсолютно чистой аренды (все расходы несет арендатор). Общая площадь, подлежащая сдаче в аренду, составляет 100 кв. м. Договор аренды заключен на 10 лет. При этом ожидается, что рыночная арендная плата для данного типа недвижимости будет находиться на уровне 15 долларов за кв. м в месяц. Прогнозируется, что в конце срока аренды коэффициент капитализации составит 12%. Норма дисконтирования для арендных платежей принята равной 10%, а норма дисконтирования, соответствующая риску инвестиций в недвижимость, — 11%. Ожидается, что в конце срока проекта собственность будет продана, при этом расходы на продажу составят 4%.

Указания к решению:

Денежный поток арендодателя будет складываться из настоящей стоимости арендных платежей и реверсии собственности в конце 10-го года. Величина годового арендного платежа составит:

$$13 \text{ дол.} \times 100 \text{ м}^2 \times 12 \text{ мес.} = 15600 \text{ дол.}$$

Величина реверсии определяется с помощью терминального коэффициента капитализации как:

Величина годовой рыночной арендной платы деленная на коэффициент капитализации за минусом расходов на продажу, т.е.

$$(15 \text{ дол.} \times 100 \text{ м}^2 \times 12 \text{ мес.}) / 0,12 - 4\% = 144000 \text{ дол.}$$

В соответствии с полученными величинами денежных потоков стоимость права арендодателя составляет сумму текущей стоимости потока дохода и текущей стоимости реверсии, т.е.

$$PV(15600; 10\%; 10 \text{ лет}) + PV(144000; 11\%; 10 \text{ лет}).$$

Задание 18.

В соответствии с договором аренды арендодатель будет получать арендную плату 40000 долларов в течение 8 лет. Арендатор заключил договор субаренды на 8 лет с арендной платой 50000 долларов в год. Рыночная арендная плата для данного типа недвижимости составляет 60000 долларов в год. Норма дисконтирования, соответствующая риску инвестиций в недвижимость, составляет 10%, норма дисконтирования для денежного потока арендодателя — 9%, для денежного потока арендатора — 14%, для денежного потока субарендатора — 15%. В конце договора аренды собственник планирует продать собственность за 700000 долларов.

Определить рыночную стоимость: полного права собственности; права арендодателя; права арендатора; права субарендатора.

Указания к решению:

Рыночная стоимость полного права собственности определяется как настоящая стоимость денежных потоков от рыночной арендной платы и от реверсии собственности при норме дисконтирования, соответствующей риску инвестиций в недвижимость:

$$PV(60000; 10\%; 8 \text{ лет}) + PV(70000; 10\%; 8 \text{ лет}).$$

Рыночная стоимость права арендодателя определяется как сумма настоящей стоимости денежного потока от контрактной арендной платы по договору аренды и настоящей стоимости реверсии собственности при соответствующих нормах дисконтирования:

$$PV(40000; 9\%; 8 \text{ лет}) + PV(70000; 10\%; 8 \text{ лет}).$$

Рыночная стоимость права субарендатора определяется как настоящая стоимость денежного потока, величина которого определяется как разница между рыночной и контрактной арендной платой по договору аренды:

$$PV(10000; 15\%; 8 \text{ лет}).$$

Рыночная стоимость права арендатора определяется как настоящая стоимость денежного потока, величина которого определяется как разница между контрактными арендными платами по договорам аренды и субаренды:

$$PV(10000; 14\%; 8 \text{ лет}).$$

В данном случае сумма стоимостей частичных прав составляет 639208 долларов, а стоимость полного права собственности — 646650 долларов, что объясняется различным уровнем риска для рассматриваемых денежных потоков.

Задание 19.

Рассмотрим проект строительства многоквартирного жилого дома с последующей продажей квартир на рынке жилья. В реализации этого проекта задействованы два участника: 1) компания, имеющая земельный участок и права на его застройку; 2) строительная фирма, рассматривающая возможность заключения контракта с компанией на строительство.

Условия контракта предусматривают, что компания предоставит земельный участок, всю необходимую проектную документацию, а также понесет все расходы, связанные с оформлением всех необходимых документов. Кроме того, компания отвечает за организацию и проведение рекламы. Строительная фирма принимает на себя все расходы, связанные со строительством жилого дома.

Доходы от продажи квартир распределены следующим образом:

- 20% квартир безвозмездно передаются муниципалитету города;
- по 40% получает каждый участник проекта.

Необходимая информация для расчета устойчивости проекта приведена в таблице.

Показатели	Единица измерения	«Базовый» вариант	Наиболее «опасный» вариант
Общая площадь квартир	кв. м.	100	100
Рыночная стоимость 1 кв. м.	тыс. руб.	120	100
Оценочная стоимость земельного участка	тыс. руб.	20000	20000
Организационные расходы компании	тыс. руб.	1000	1500
Реклама	тыс. руб.	2000	3000
Проектная документация	тыс. руб.	5000	5000
Стоимость строительства 1 кв. м.	тыс. руб.	30	45

Указания к решению:

Для расчета устойчивости проекта определяются ЧДД компании и строительной фирмы по базовому варианту и по наиболее «опасному варианту».

Если проект не является устойчивым, то для того чтобы он был реализован, требуется перераспределить риск увеличения стоимости между участниками проекта.

Степень устойчивости проекта по отношению к возможным изменениям условий реализации может быть охарактеризована показателями предельного уровня объемов производства, цен производимой продукции и других параметров проекта.

Задание 20.

Строительное предприятие получило в банке кредит в размере 1 млн. руб. на 10 месяцев при ежемесячной кредитной ставке 7%. Сколько придется заплатить за кредит?

Задание 21.

Предприятие положило 10000 долларов на срочный вклад при процентной ставке 10% годовых (с учетом выплаты процентов на проценты). Сколько денег фирма получит через 2 года, через 4 года?

Задание 22.

Используя предложенные преподавателем финансовые документы некоего предприятия (баланс и отчет о прибылях и убытках), рассчитайте основные показатели эффективности деятельности организации (коэффициенты рентабельности, оборачиваемости, ликвидности и т.п.) и сделайте вывод о выгодности (или невыгодности) вложения инвестиций в данную фирму.

Задание 23.

Эксперты компании «XXX» определили следующие показатели прибыли в зависимости от ситуации на рынке (млн. руб.).

Стратегия компании	Прибыль в зависимости от ситуации		
	Ситуация 1	Ситуация 2	Ситуация 3
1. на товар А	48	67	52
2. на товар Б	89	24	46
3. на товар В	72	49	76

Если эксперты уверены, что спрос на все товары будет возрастать, а его структура останется неизменной, то какую стратегию следует избрать? Почему?

Если существует риск (эксперты считают наиболее вероятным реализацию ситуации № 1 – 40 %, № 2 – 35%, № 3 – 25%), то какую стратегию следует считать оптимальной?

Допустим, что условия реализации товаров будут неблагоприятными. Какую стратегию следует избрать в этом случае?

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Бизнес-проект, классификация и особенности различных типов бизнес-проектов	Работа с литературой, чтение лекционного материала, заполнение регистров, решение ситуационных задач
2.	Процесс бизнес-планирования	Работа с литературой, чтение лекционного материала, заполнение регистров, решение ситуационных задач
3.	Анализ рыночной ситуации	Работа с литературой, чтение лекционного

		материала, заполнение регистров, решение ситуационных задач
4.	План маркетинга и продаж	Работа с литературой, заполнение регистров, чтение лекционного материала, решение задач
5.	Производственный план	Работа с литературой, заполнение регистров, чтение лекционного материала, решение задач
6.	Организационный план	Работа с литературой, заполнение регистров, чтение лекционного материала, решение задач
7.	Финансовый план	Работа с литературой, заполнение регистров, чтение лекционного материала, решение задач

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся контрольной работы.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения зачета – контрольная работа.

Студенты очной формы обучения в соответствии с балльно-рейтинговой системой, не получившие минимальный пороговый балл, сдают зачет в форме устного или письменного ответа на вопросы по дисциплине.

Процедура оценивания студентов заочной формы обучения производится в форме устного или письменного ответа на вопросы по дисциплине.

Темы контрольных работ

1. Определение, цели и задачи бизнес-планирования
2. Роль бизнес-планирования в развитии бизнеса
3. Планирование как средство реализации принципов стратегии развития компании
4. Информационное обеспечение бизнес-планирования
5. Анализ исходных данных, необходимых для составления бизнес-плана
6. Понятие бизнес-проекта. Основные признаки бизнес-проекта
7. Классификация и особенности различных типов бизнес-проектов
8. Формирование концепции проектного предложения
9. Схема разработки бизнес-плана
10. Особенности процесса бизнес-планирования
11. Внешние и внутренние функции бизнес-плана
12. Характеристика основных разновидностей бизнес-планов
13. Разработка бизнес-плана, краткая характеристика основных разделов
14. Методы сканирования и анализа внутренней и внешней среды
15. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара
16. Особенности составления маркетингового раздела бизнес-плана
17. Методы прогнозирования продаж. Прогноз спроса по территориям

18. Планирование производства. Инструменты и методы производственного планирования
19. Особенности составления организационного раздела бизнес-плана, ключевые компоненты
20. Особенности составления финансового раздела бизнес-плана. Основные показатели финансово-экономической деятельности предприятия
21. Анализ эффективности бизнес-проектов: оценка коммерческой, бюджетной, экономической и социальной эффективности
22. Порядок отбора инвестиционных бизнес-проектов. Критерии отбора
23. Продвижение бизнес-плана на рынок капиталов
24. Реализация бизнес-плана: содержание работ, стадии реализации, контроль за реализацией
25. Развитие инвестиционного проекта
26. Особенности бизнес-планирования в кризисной ситуации, подходы к разрешению различных видов кризисных ситуаций
27. Анализ рисков в бизнес-планировании, меры по их снижению
28. Типичные ошибки в бизнес-планировании
29. Перспективы бизнес-планирования
30. Программные средства разработки бизнес-плана

Контрольные вопросы к зачету:

1. Определение, цели и задачи бизнес-планирования
2. Роль бизнес-планирования в развитии бизнеса
3. Планирование как средство реализации принципов стратегии развития компании
4. Информационное обеспечение бизнес-планирования
5. Анализ исходных данных, необходимых для составления бизнес-плана
6. Понятие бизнес-проекта. Основные признаки бизнес-проекта
7. Классификация и особенности различных типов бизнес-проектов
8. Формирование концепции проектного предложения
9. Схема разработки бизнес-плана
10. Особенности процесса бизнес-планирования
11. Внешние и внутренние функции бизнес-плана
12. Характеристика основных разновидностей бизнес-планов
13. Разработка бизнес-плана, краткая характеристика основных разделов
14. Методы сканирования и анализа внутренней и внешней среды
15. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара
16. Особенности составления маркетингового раздела бизнес-плана
17. Методы прогнозирования продаж. Прогноз спроса по территориям
18. Планирование производства. Инструменты и методы производственного планирования
19. Особенности составления организационного раздела бизнес-плана, ключевые компоненты
20. Особенности составления финансового раздела бизнес-плана. Основные показатели финансово-экономической деятельности предприятия
21. Анализ эффективности бизнес-проектов: оценка коммерческой, бюджетной, экономической и социальной эффективности
22. Порядок отбора инвестиционных бизнес-проектов. Критерии отбора
23. Продвижение бизнес-плана на рынок капиталов
24. Реализация бизнес-плана: содержание работ, стадии реализации, контроль за реализацией
25. Развитие инвестиционного проекта

26. Особенности бизнес-планирования в кризисной ситуации, подходы к разрешению различных видов кризисных ситуаций
27. Анализ рисков в бизнес-планировании, меры по их снижению
28. Типичные ошибки в бизнес-планировании
29. Перспективы бизнес-планирования
30. Программные средства разработки бизнес-плана

Второй вопрос на зачете – это одно из рассматриваемых на семинарских занятиях заданий.

6.2. Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-4: Способность использовать методы социологического анализа в процессах разработки и принятия управленческих решений, в оценке их практической значимости, разрабатывать предложения по повышению эффективности труда.	Знает методы сбора и анализа информации для составления бизнес-плана; специфика разных типов бизнес-проектов; особенности процесса бизнес-планирования; характеристики основных разновидностей бизнес-плана; основные правила подготовки бизнес-плана деловой идеи. Умеет проводить анализ рыночной ситуации; разрабатывать основные разделы бизнес-плана (план продаж, план маркетинга, производственный план, организационный план, финансовый план); проводить оценку эффективности инвестиционных	Опрос	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".

		бизнес-проектов.		
--	--	------------------	--	--

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Попадюк, Т. Г. Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. проф. Т. Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля - Москва : Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 296 с. - ISBN 978-5-9558-0270-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/883963> (дата обращения: 07.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.2. Дополнительная литература:

1. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии / Дубровин И.А., - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 432 с.: ISBN 978-5-394-02658-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/411352> (дата обращения: 07.05.2020). – Режим доступа: по подписке.
2. Горбунов, В. Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. - Москва : ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2013 - 248 с. + (Доп. мат. znanium.com). - (Наука и практика). ISBN 978-5-369-01228-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414488> (дата обращения: 07.05.2020). – Режим доступа: по подписке.
3. Синяева, И. М. Практикум по маркетингу: Практикум / Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В., - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2018. - 240 с.: ISBN 978-5-394-02680-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937468> (дата обращения: 07.05.2020). – Режим доступа: по подписке.
4. Бизнес-планирование: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент» / В.З. Черняк [и др.] ; под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 591 с. - ISBN 978-5-238-01812-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028698> (дата обращения: 07.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3. Интернет-ресурсы

1. <http://www.akdi.ru/>
2. http://www.unece.org/stats/stats_r.htm
3. <http://www.economy.gov.ru/wps/portal>
4. http://www.gmcgks.ru/poleznye_ssyilki.htm
5. <http://stat.hse.ru/>
6. <http://www.gks.ru/wps/portal>
7. <http://www.world-tourism.org/ruso/index.htm>

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>
Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

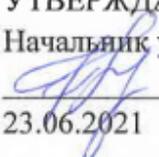
- Лицензионное ПО, в том числе отечественного производства:

платформа для электронного обучения Microsoft Teams

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

МАРКЕТИНГ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 Социология
(очная форма обучения)

Печеркина И. Ф. Маркетинг. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», профиль: Социальная теория и прикладное социальное знание, формы обучения очная. Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины (модуля) опубликована на сайте ТюмГУ: Маркетинг [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.utmn.ru/sveden/education/#>

© Тюменский государственный университет, 2020.

© Печеркина И. Ф., 2020.

1. Пояснительная записка

Цель курса - формирование у студентов знаний о принципах и закономерностях маркетинговой деятельности в организации, обеспечивающих эффективное управление производством и продвижением товаров и услуг и достижение поставленных целей.

Основные задачи курса:

1) Сформировать у студентов представление о маркетинге как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации предпринимательской деятельности, направленной на решение задач фирмы по организации производства и предложения на рынке товаров и услуг.

2) Дать представление о функциях, принципах и методах современного маркетинга; об основных инструментах, образующих комплекс маркетинга.

3) Познакомить с методами определения положения предприятия в рыночном пространстве с использованием ситуационного анализа, оценки привлекательности рынка и деловой активности.

4) Сформировать навыки использования основных инструментов маркетинга и возможностей манипулирования ими с целью овладения рынком.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевый/функциональный)
ПК-1: Способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов и с применением современных информационных технологий, анализировать и интерпретировать данные социологических и маркетинговых исследований.	ПК-1.	Знает способы выявления социально значимых проблем при использовании описательных, объяснительных и прогнозных моделей социальных явлений и процессов; сущность практической проблемы, на решение которой направлен научный проект. Умеет разрабатывать программы фундаментального или прикладного социологического исследования: уточнять исследовательских задач; выработать гипотезы, уточнять концептуальную модель измеряемых показателей; описывать объект, принципы отбора источников информации (респонденты, документы); выбирать и описывать методы сбора и обработки информации для всех этапов исследования; анализировать и интерпретировать полученные

		данные социологических и маркетинговых исследований.
ПК-5: Способность разрабатывать программные и методические документы социологического и маркетингового исследования, планировать и осуществлять маркетинг товаров и услуг для использования в разработке планов социального развития предприятий, учреждений, территорий и иных общностей.	ПК-5.	Знает общую теорию маркетинговой деятельности; цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга; маркетинговую среду и ее анализ; методы маркетинговых исследований; организацию деятельности маркетинговых служб; основы маркетинговых коммуникаций; особенности планирования, контроля и оценки эффективности маркетинговой деятельности. Умеет применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации; ставить и решать задачи операционного маркетинга; разрабатывать план маркетингового исследования; анализировать факторы, влияющие на поведение потребителей; определять экономическую эффективность маркетинговых решений; разрабатывать маркетинговые стратегии и комплексное решение проблем потребителей; владеет аналитическими методами для оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятиях; методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; умением проводить маркетинговые исследования; методами разработки и реализации маркетинговых планов и программ.

2. Структура и трудоемкость дисциплины

Таблица 1.1

Очная форма обучения		Всего часов	Часов в семестре
Вид учебной работы			4
Общая трудоемкость	зач. ед.	4	4
	час	144	144
Из них:			
Часы аудиторной работы (всего):		50	32
Лекции		16	16
Практические занятия		34	34

Лабораторные / практические занятия по подгруппам	0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)	Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Очная форма обучения: Работа на учебных встречах оценивается в баллах. Студенты, набравшие 61 балл и более по результатам работы на практических занятиях в течение семестра, получают зачет автоматически. Студенты, набравшие в течение семестра менее 61 балл, сдают зачет в форме собеседования по вопросам.

Зачет проходит в традиционной форме – устная беседа по базовым аспектам изученных тем, оценивается понимание теории и умение интерпретировать ее в контексте практической деятельности.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2.1.

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Иные виды контактной работы
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практические занятия по подгруппам	
1.	Маркетинг как философия и инструментальный бизнеса	14	2	2	0	0
2.	Значение потребителя в концепции маркетинга. Поведение потребителей	14	2	2	0	0
3.	Маркетинговая среда как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений	15	2	4	0	0
4.	Сущность маркетингового подхода к рынку	14	1	2	0	0
5.	Выбор целевого рынка. Позиционирование и дифференцирование рыночного предложения.	15	1	4	0	0
6.	Товарная политика в системе маркетинга	14	2	4	0	0
7.	Ценообразование в маркетинге	15	2	4	0	0
8.	Организация сбыта и каналы распределения	14	1	4	0	0

9.	Система маркетинговых коммуникаций	14	1	4	0	0
10.	Формирование маркетинговой стратегии. Разработка маркетингового плана компании	15	2	4	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

1. " Маркетинг как философия и инструментарий бизнеса "

Маркетинг как философия бизнеса и как процесс. Задачи маркетинга. Содержание и сущность маркетинговой деятельности. Стратегический и операционный маркетинг. Эволюция маркетинга. Концепции управления маркетингом.

Основные рабочие понятия маркетинга. Маркетинговое управление и управление маркетингом: общее и особенное. Функции маркетинга и виды маркетинговой деятельности.

Понятие комплекса маркетинга, его роль в достижении стратегических и текущих целей маркетинговой деятельности.

2. " Значение потребителя в концепции маркетинга. Поведение потребителей"

Характеристики потребительского рынка. Поведение потребителей. Модель покупательского поведения. Индивидуальные ресурсы потребителей. Факторы, влияющие на принятие потребителем решения о покупке. Потребительские роли. Модель "Путь потребительского решения". Потребительская ценность продукта. Этапы модели "Воронка продаж". Создание ценности для потребителя. Инструменты привлечения и удержания потребителей. Формирование лояльности потребителей.

3. "Маркетинговая среда как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений"

Понятие «маркетинговой среды» компании, ее составляющие. Виды изменений в маркетинговой среде. Характеристики маркетинговой среды. Неконтролируемые факторы.

Макросреда маркетинга. Основные факторы макросреды: демографическая среда; экономическая среда; научно-технологическая среда; политико-правовая среда; социокультурная среда; природная среда. Микросреда компании. Факторы микросреды: потребители, конкуренты, посредники, поставщики, контактные аудитории. Проблемы конкуренции. Типы отраслевой конкуренции, процесс изучения конкурентной среды.

Методы анализа маркетинговой среды. Внутренняя среда компании. Факторы внутренней среды: цели и стратегия на рынке, организационная структура и тип управления, ресурсы, внутренняя культура. Контролируемые Факторы. Типы организационных структур маркетинга. Основные аспекты маркетингового взаимодействия компании с внешней средой.

4. "Сущность маркетингового подхода к рынку"

Понятие рынка. Рынок как сегмент. Рынок как внешняя среда организации. Элементы рынка. Функционирование рынка. Продуктовые и географические границы рынка; Инфраструктура рынка; Конкурентные силы; Входные барьеры. Количественные характеристики рынка: объем рынка, емкость рынка, динамика цен. Конъюнктура рынка. Модели рынка. Внешнее регулирование рынка. 5 сил М. Портера. Стратегическая группа конкурентов. Ключевые подходы к оценке рынка.

5. "Выбор целевого рынка. Позиционирование и дифференцирование рыночного предложения"

Анализ привлекательности рынка и маркетинговых возможностей. Основные концепции анализа спроса. Оценка потенциала спроса и прогнозирование продаж. Роль сегментирования рынка в современном маркетинге.

Логика модели СТП (Сегментирование, таргетирование и позиционирование). Понимание сегментации и сегментов. Уровни сегментации. Основные критерии сегментации. Признаки эффективной сегментации. Формирование и определение профиля сегмента. Понимание таргетирования (выбора целевой аудитории). Определение позиционирования. Роль СТП в маркетинговой стратегии компании.

Позиционирование товара и фирмы на рынке. Стратегии позиционирования.

6. " Товарная политика в системе маркетинга "

Товар в системе маркетинга. Определение товара и его характеристики. Мультиатрибутивная модель товара. Концепция ЖЦТ (жизненного цикла товара). Цели маркетинга на разных этапах ЖЦТ. Понятие товарного ассортимента. Место продуктовой стратегии в рамках модели маркетинг-микс. Стратегии товарного ассортимента. Диффузионный процесс распространения инноваций на рынке. Скорость диффузионного процесса. Матрица БКГ.

7. " Ценообразование в маркетинге "

Виды цен и особенности их применения. Факторы, влияющие на уровень цен и определяющие чувствительность покупателя к цене. Методические подходы к ценообразованию: на основе затрат и с позиции ценностей. Ценовые стратегии и ценовая политика фирмы. Методы обоснования цен исходя из стратегии фирмы, особенностей внешней среды и внутренних возможностей.

8. " Организация сбыта и каналы распределения "

Маркетинговые каналы распределения: функции и участники. Типы посредников: дистрибьютеры, оптовые посредники, сбытовые агенты. Оптовая и розничная торговля. Прямые продажи. Факторы, влияющие на выбор структуры и участников каналов распределения. Стратегические решения по каналам распределения и их реализация.

9. "Маркетинговые коммуникации"

Процесс маркетинговых коммуникаций. Модели коммуникации. Коммуникативная политика фирмы. Имидж организации. Понятия бренда. Стратегические решения по коммуникации. Показатель CPM. Репутационный аудит. Модель AIDAS. Основные виды интернет-маркетинга. Ключевые виды социальных медиа. PR и его основной инструментарий. ATL-каналы коммуникации. BTL-каналы коммуникации. TTL-каналы коммуникации. Путь потребительского решения. Методы определения лидеров мнений.

10. "Формирование маркетинговой стратегии. Разработка маркетингового плана компании "

Формирование маркетинговой стратегии. Понимание стратегических и тактических целей. Основные критерии формирования цел. «Каскадирование целей». Система сбалансированных показателей. Варианты конкурентных стратегий. Структура маркетингового плана.

Планы семинарских занятий.

1. " Маркетинг как философия и инструментарий бизнеса "

- 1) Сформулируйте основные подходы к определению маркетинга.
- 2) Задачи и функции маркетинга.

- 3) Содержание маркетинговой деятельности.
- 4) Основные рабочие понятия маркетинга.
- 5) Элементы комплекса маркетинга, их характеристика.
- 6) Концепции управления маркетингом.
- 7) Маркетинговое управление и управление маркетингом: общее и особенное.
- 8) Маркетинг-микс (4P, 7P), его сущность и способы применения.
- 9) Презентация проектов «Современные направления маркетинга».

2. " Значение потребителя в концепции маркетинга. Поведение потребителей "

- 1) Покупательское поведение: сущность, принципы понимания.
- 2) Методы исследования потребителей.
- 3) Модели покупательского поведения.
- 4) Факторы, влияющие на принятие потребителем решения о покупке.
- 5) Модель "Путь потребительского решения".
- 6) Этапы модели "Воронка продаж".
- 7) Инструменты формирования потребителей продукту.

Задания:

А. Используйте соответствующие компоненты модели покупательского поведения для объяснения следующих особенностей:

- 1) Одни потребители делают покупки в разных магазинах, другие - выбирают несколько наиболее им понравившихся и приобретают товары только в этих торговых точках.
- 2) Одни товары покупаются потребителями после интенсивных поисков, другие - как только заметят их на прилавке.
- 3) Два человека подвергаются воздействию одной и той же рекламы. Один из них обращает на нее внимание и внимательно рассматривает, другой - просто не замечает.

В. На примере рекламных объявлений на автомобили (квартиры и др.) покажите, каким образом реклама заостряет внимание на одном или нескольких основных факторах, сказывающихся на поведении потребителей.

3. "Маркетинговая среда как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений"

- 1) Понятие «маркетинговая среда» и ее структура.
- 2) Микросреда маркетинга и факторы ее определяющие.
- 3) Макросреда маркетинга и факторы ее определяющие.
- 4) Ключевые аспекты внешней среды, необходимые для анализа при маркетинговом планировании.

Задание:

Компания продает кухни и различную бытовую технику в различных странах мира. Одна из последних новинок компании микроволновая печь, которая изначально предлагалась в Европе, а теперь появилась в России. Эта печь действительно делает продукты хрустящими (хрустящая волна), она проста в использовании и удобна. Обсудите, с какими факторами и тенденциями маркетинговой среды столкнется компания для продвижения своей новинки.

4. "Сущность маркетингового подхода к рынку"

- 1) Понятие рынка.
- 2) Элементы рынка: производители и потребители; конкуренция; спрос и предложение, цены, рыночная инфраструктура.
- 3) Продуктовые и географические границы рынка
- 4) Инфраструктура рынка
- 5) Конкурентные силы
- 6) 5 сил М. Портера. Стратегическая группа конкурентов.

- 7) Ключевые подходы к оценке рынка.
- 8) Количественные характеристики рынка: объем рынка, емкость рынка, динамика цен.
- 9) SWOT-анализ. Использование SWOT-анализа для стратегических решений. Этапы проведения SWOT-анализа.

Презентация проектов «Оценка ситуации на рынке г. Тюмени»:

- на рынке маркетинговых и социологических исследований г. Тюмени
- на рынке рекрутинговых услуг г. Тюмени
- рынке платных образовательных услуг
- рынок туристических услуг
- рынок клининговых услуг
- продажа товаров для туристов (спортсменов и т.п.)
- можно предложить свой вариант

5. "Выбор целевого рынка. Позиционирование и дифференцирование рыночного предложения"

- 1) Методы анализа привлекательности рынка и маркетинговых возможностей.
- 2) Методы оценки потенциала спроса и прогнозирование продаж.
- 3) Роль сегментирования рынка в современном маркетинге.
- 4) Процесс сегментирования рынка.
- 5) Основные критерии сегментации.
- 6) Параметры сегментации и их связь с элементами маркетинговой стратегии.
- 7) Условия привлекательности рыночных сегментов.
- 8) Формирование и определение профиля сегмента.
- 9) Понимание таргетирования (выбора целевой аудитории).
- 10) Определение позиционирования.
- 11) Стратегии позиционирования
- 12) Роль СТП в маркетинговой стратегии компании

6. "Товарная политика в системе маркетинга"

- 1) Определение товара и его характеристики.
- 2) Мультиатрибутивная модель товара.
- 3) Концепция ЖЦТ (жизненного цикла товара).
- 4) Цели маркетинга на разных этапах ЖЦТ.
- 5) Понятие товарного ассортимента.
- 6) Место продуктовой стратегии в рамках модели маркетинг-микс.
- 7) Стратегии товарного ассортимента.
- 8) Оценка конкурентоспособности товара по многофакторной модели.
- 9) Матрица БКГ.

7. "Ценообразование в маркетинге"

- 1) С чем связаны трудности ценообразования на конкурентных рынках?
- 2) Виды цен.
- 3) Параметры, которые необходимо учитывать при установлении цен на товары.
- 4) Этапы ценообразования. Какие задачи решаются в рамках каждого этапа?
- 5) Стратегии ценообразования.
- 6) Факторы, влияющие на выбор стратегии ценообразования.
- 7) Специфика выбора стратегии ценообразования для товаров эластичного и неэластичного спроса.

8. "Организация сбыта и каналы распределения"

- 1) Цели, задачи и основные элементы политики распределения.
- 2) Данные, характеризующие систему распределения.

- 3) Уровни каналов распределения.
- 4) Какие факторы имеют определяющее значение при выборе каналов распределения?
- 5) Приведите примеры посредников, действующих в системе распределения.
- 6) Показатели эффективности системы распределения.

9. " Система маркетинговых коммуникаций "

- 1) Процесс маркетинговых коммуникаций.
- 2) Особенности передачи коммуникационного сообщения от отправителя получателю.
- 3) Показатель CRM.
- 4) Репутационный аудит.
- 5) Основные виды интернет-маркетинга.
- 6) Достоинства и недостатки основных каналов маркетинговой коммуникации.

10. " Формирование маркетинговой стратегии. Разработка маркетингового плана компании "

- 1) Цели, задачи и виды маркетингового планирования.
- 2) Взаимосвязь целей предприятия с целями маркетинга.
- 3) Структура маркетингового плана.
- 4) Процесс разработки плана маркетинга.
- 5) Система сбалансированных показателей.
- 6) Методы контроля маркетинговой деятельности.

Кейс: «Какую инвестиционную стратегию должна выбрать каждая компания на ближайшее будущее и перспективу?»

Практическое задание: Разработка маркетингового плана компании. Презентация проектов маркетинговых планов.

Образцы средств для проведения текущего контроля

Примерное тестовое задание:

1. Конкретная потребность, подкреплённая покупательной способностью:

- | | |
|------------|----------------|
| 1. спрос | 3. нужда |
| 2. желание | 4. Потребность |

2. К какому виду функций относится анализ фирм конкурентов?

- | | |
|---------------------|-------------------|
| 1. производственной | 3. аналитической |
| 2. сбытовой | 4. Управленческой |

3. Какой тип маркетинга используется при падающем спросе?

- | | |
|--------------------|-----------------------------|
| 1. синхромаркетинг | 2. ремаркетинг |
| 3. демаркетинг | 4. поддерживающий маркетинг |

4. Какие из перечисленных целей относятся к маркетинговым?

1. разработать и апробировать на рынке новую упаковку для товаров фирмы.
2. увеличить объем продаж товара фирмы на 8% по сравнению с текущим оборотом года
3. расширить производственные мощности
4. расширить число покупателей производимой продукции на 10% за счет рекламы продуктов в сети Интернет
5. усовершенствовать методику отбора кадров

5. Согласно теории маркетинга выделяют следующие функции маркетинга...

- | | |
|----------------------|--------------------|
| 1. принятие решений; | 3. созидательная; |
| 2. аналитическая; | 4. управленческая. |

6. Цель достижения необходимого объема продаж за счет стимулирования сбыта лежит в основе концепции...

1. классического маркетинга;
2. совершенствования товара;
3. совершенствования производства;
4. интенсификации коммерческих усилий.

7. Заполните пропуск: В определенной степени «маркетинговая близорукость» (отход от нужд потребителя) характерна для _____ концепции маркетинга.

1. производственной;
2. совершенствование товара;
3. социально-этичного маркетинга;
4. интенсификации коммерческих усилий.

8. Согласно теории маркетинга установите соответствие между видами и их содержательной интерпретацией

1. отрицательный;
 2. скрытый;
 3. чрезмерный;
 4. нерегулярный.
- А. потребители имеют неудовлетворенные потребности;
Б. значимая часть потребителей отвергает товар;
В. спрос характеризуется краткосрочными и сезонными колебаниями;
Г. спрос на определенную марку какого-либо продукта;
Д. величина спроса превышает возможности и желание организации по его удовлетворению.

9. Сущность понятия «функции маркетинга» характеризуют утверждения...

1. направления маркетинговой деятельности, обособившиеся в процессе специализации;
2. комплекс видов специализированной деятельности в процессе маркетинга;
3. способы анализа маркетинговой деятельности предприятия;
4. система основных идей, общий замысел маркетинговой деятельности.

10. Согласно теории маркетинга к принципам маркетинга относят следующие из приведенных ниже...

1. ориентации на конкурентов;
2. единства стратегии и тактики маркетинга;
3. социальной ориентации;
4. единство функциональных производственных систем.

Темы докладов и рефератов:

1. Особенности маркетинга на региональном рынке по (конкретной группе товаров и услуг).
2. Разработка и реализация комплекса маркетинговых мероприятий (на примере конкретного рынка, конкретной компании).
3. Сервис как источник дополнительной прибыли (на примере конкретного рынка, конкретной компании).
4. Этические проблемы в маркетинге.
5. Социальные аспекты анализа поведения отдельных групп потребителей, их учет в маркетинговой деятельности.
6. Маркетинг взаимоотношений.
7. Особенности маркетинга на рынке B2B.
8. Особенности маркетинга услуг (на примере конкретного вида услуг: консалтинг, туризм, образование и т.д.)
9. Причины успеха и неудач маркетинговых кампаний (на примере конкретной компании или проекта).

10. Маркетинговые войны.
11. Партизанский маркетинг.
12. Маркетинг инноваций.
13. Маркетинг в сфере государственного и муниципального управления.
14. Маркетинг территории.

Примеры практических заданий:

1. " Маркетинг как философия и инструментарий бизнеса "

Задание 1: Виды спроса и типы маркетинга. Охарактеризуйте каждый вид спроса и тип маркетинга. Привести пример.

Виды спроса:	Привести пример
<ul style="list-style-type: none"> ○ Отрицательный (негативный) ○ Низкий (отсутствующий) ○ Скрытый (потенциальный) ○ Падающий (снижающийся) ○ Нерегулярный (колеблющийся) ○ Полноценный (оптимальный) ○ Чрезмерный ○ Иррациональный 	
Типы маркетинга, используемые при различных состояниях спроса:	Привести пример
<ul style="list-style-type: none"> ○ Конверсионный маркетинг ○ Стимулирующий ○ Развивающий ○ Ремаркетинг ○ Синхромаркетинг ○ Поддерживающий ○ Демаркетинг ○ Противодействующий 	

Задание 2. Приведите примеры успешного использования маркетинга российскими организациями.

2. "Покупательское поведение на потребительских рынках"

Задания 1:

1. Используйте соответствующие компоненты модели покупательского поведения для объяснения следующих особенностей:

1) Одни потребители делают покупки в разных магазинах, другие - выбирают несколько наиболее им понравившихся и приобретают товары только в этих торговых точках.

2) Одни товары покупаются потребителями после интенсивных поисков, другие - как только заметят их на прилавке.

3) Два человека подвергаются воздействию одной и той же рекламы. Один из них обращает на нее внимание и внимательно рассматривает, другой - просто не замечает.

Задание 2. На примере рекламных объявлений на автомобили (квартиры и др.) покажите, каким образом реклама заостряет внимание на одном или нескольких основных факторах, сказывающихся на поведении потребителей.

3. "Маркетинговая среда как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений"

Задание:

Компания продает кухни и различную бытовую технику в различных странах мира. Одна из последних новинок компании микроволновая печь, которая изначально предлагалась в Европе, а теперь появилась в России. Эта печь действительно делает продукты хрустящими (хрустящая волна), она проста в использовании и удобна. Обсудите, с какими факторами и тенденциями маркетинговой среды столкнется компания для продвижения своей новинки.

4. " Сущность маркетингового подхода к рынку "

Провести исследование «Оценка ситуации на рынке г. Тюмени»:

- на рынке маркетинговых и социологических исследований г. Тюмени
 - на рынке рекрутинговых услуг г. Тюмени
 - рынке платных образовательных услуг (н-р, повышение квалификации, иностранные языки и т.п.)
 - рынок туристических услуг
 - рынок клининговых услуг
 - продажа товаров для туристов (спортсменов и т.п.)
 - рынок молочной продукции
 - можно предложить свой вариант
- Презентация и обсуждение групповых проектов.

5. " Выбор целевого рынка "

1) Кейс:

Сегментирование рынка жилья.

2) Предприятие, предоставляющее услуги автосервиса легковых авто, определяет критерии выбора целевого сегмента на рынке автосервисных услуг:

Вопрос: Какие критерии выбора целевого сегмента вы можете предложить?

3) Предприятие, предоставляющее услуги автосервиса легковых авто.

Разработайте технологию исследования и инструментарий для того, чтобы понять:

Как осуществляется выбор автомобилистами автосервиса? Какие критерии выбора являются наиболее важными? Кто или что влияет на выбор автосервиса?

По результатам исследования нужно будет «нарисовать портрет» потенциального клиента автосервиса данного предприятия.

6. " Товарная политика в системе маркетинга "

1. Задача:

Провести ABC-анализ по двум параметрам: вкладу в продажи (доля продаж в %) и вкладу в прибыль (доля прибыли в %) с построением графической модели (графика), сформулировать основные выводы по структуре ассортимента и рекомендации по оптимизации (усовершенствованию) ассортимента производственной компании. Исходные данные для ABC-анализа представлены в таблице.

Данные для ABC-анализа

Товар	Продажи, тыс.руб.	Доля сбыта, %	Прибыль, тыс. руб.	Доля прибыли, %
1	422		120	
2	890		420	
3	3800		1200	
4	240		56	
5	2480		890	
6	1350		730	

7	280		130	
8	989		245	
9	3200		1560	
10	240		89	
Итого		100		100

7. " Ценообразование в маркетинге "

Задача 1.

Предприятие продает продукт по 1200 руб. Покупная цена составляет 800 руб. за единицу. Ежегодные постоянные затраты составляют 568 750 руб., а переменные затраты на единицу продукции – 75 руб.

- Подсчитайте минимальный безубыточный объем продаж.
- Подсчитайте объем продаж для получения прибыли в 105 625 руб.

Задача 2:

Производственное предприятие, выпускающее детские игрушки, имеет следующую структуру издержек:

Постоянные издержки – 10 000 рублей.

Нормальный объем производства – 1000 изд. за неделю

Переменные издержки:

- сырье и материалы – 70 руб.
- зарплата – 40 руб.
- торговые издержки – 30 руб.

1) По какой цене с экономической точки зрения невозможно больше продолжать производство и сбыт детских игрушек?

2) В каких условиях цена 240 рублей может рассматриваться как минимальная?

Задача 3:

Цена продукта составляет 40 рубл., маржа – 50%. В ходе компании по стимулированию вводится скидка размером 5 рублей.

Рассчитайте минимальный дополнительный объем продаж, при котором стимулирование не приведет к снижению прибыли.

Задача 4:

Спрос на товар А составлял 10000 штук по 200 рублей. Менеджер по продукту определил, что если поднять цену на 20 рублей, то спрос сократится на 1200 шт.

Какова ценовая эластичность спроса на этот товар?

Задача 5:

Если для товара "А" эластичность спроса по ценам равна 5, а для товара "Б" = 2, какой из них меньше пострадает в случае повышения цен?

8. " Организация сбыта и каналы распределения "

Кейс: Проблемы проникновения на зарубежный рынок

Фирма Х. GmbH (Германия) более 20 лет специализируется на производстве арматуры и принадлежностей для ванных комнат и водопроводной системы (краны, узлы, крепежные детали, душевое оборудование). Фирма предлагает свою продукцию как для домашних хозяйств, так и для различных организаций. Доля фирмы на внутреннем рынке — 32%, на рынке Франции — 8%, Бельгии — 3%, а крупная торговая компания в Майами ежегодно закупает около 4% производимой продукции фирмы для продажи в США (доля 5%).

Общий ежегодный оборот компании превышает 40 млн. немецких марок, а по указанным рынкам — 25 млн. немецких марок.

Дифференциация продукции производится фирмой по размерам, цвету, стилю, отделке (металлической и пластиковой), что дает возможность занять более прочные рыночные позиции.

Задание:

1. Посоветуйте компании пути внедрения на рынок России.
2. Выявите потенциальные трудности, связанные с каждой возможностью проникновения.
3. Выберите и дайте обоснование методу проникновения на российский рынок.
4. Предложите рекомендации по системе товародвижения и распределения.

9. " Система маркетинговых коммуникаций "

Сформулируйте по выбранным товарам для задания «Оценка конкурентоспособности» цели рекламных кампаний в количественных показателях:

- по познавательной реакции потребителей.
- по эмоциональной реакции потребителей.
- по поведенческой реакции потребителей.

10. " Формирование маркетинговой стратегии. Разработка маркетингового плана компании "

Разработка комплекса маркетинговых мероприятий для конкретной компании.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ Темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1	Маркетинг как философия и инструментальный бизнеса	Чтение обязательной и дополнительной литературы
2	Значение потребителя в концепции маркетинга. Поведение потребителей	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
3	Маркетинговая среда как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
4	Сущность маркетингового подхода к рынку	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
5	Выбор целевого рынка. Позиционирование и дифференцирование рыночного предложения.	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
6	Товарная политика в системе маркетинга	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
7	Ценообразование в маркетинге	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
8	Организация сбыта и каналы распределения	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
9	Система маркетинговых коммуникаций	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
10	Формирование маркетинговой стратегии. Разработка маркетингового плана компании	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций
16	Зачет	Чтение обязательной и дополнительной литературы, проработка лекций

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста, контрольной работы.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине – зачет.

Зачет проходит в традиционной форме – устная беседа по вопросам к зачету, оценивается понимание теории и умение интерпретировать ее в контексте практической деятельности.

Критерии оценивания:

1. Систематичность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов.
2. Освоение стандартных алгоритмов решения профессиональных задач.

Вопросы для контроля знаний (промежуточная аттестация, зачет):

1. Маркетинг как система деятельности на рынке. Содержание и цели маркетинговой деятельности.
2. Становление теории и практики маркетинга.
3. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая, управления и контроля.
4. Основные понятия маркетинга (нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка).
5. Концепции маркетинга: производственная, совершенствования продукта (услуги, товара), интенсификации коммерческих усилий (сбытовая), маркетинговая, социально-этического маркетинга, маркетинг отношений.
6. Состояния спроса и типы маркетинга.
7. Система маркетинговой информационной системы.
8. Цели, объекты и методы маркетинговых исследований.
9. Система сбора первичной маркетинговой информации.
10. Правила и процедуры маркетинговых исследований.
11. Маркетинговые исследования конкурентов: основные направления и методы.
12. Маркетинговые исследования рынка: основные направления и методы.
13. Маркетинговые исследования потребителей: основные направления и методы.
14. Маркетинговые исследования товара: основные направления и методы.
15. Маркетинговые исследования цены: основные направления и методы.
16. Маркетинговые исследования внешней среды: основные направления и методы.
17. Товар в системе маркетинга. Классификация товаров.
18. Жизненный цикл товара: понятие, этапы, виды.
19. Разработка концепции нового товара. Место службы маркетинга в создании и реализации нового товара.
20. Сущность и виды пробного маркетинга при разработке нового товара.
21. Товарная политика: понятие, составляющие, основные концепции.
22. Товарный знак и его сущность.
23. Товарный ассортимент: сущность, структура, показатели, управление ассортиментом.
24. Методы анализа товарного ассортимента. АВС-анализ.

25. Сервис в системе товарной политики.
26. Понятие конкурентоспособности товара. Методы оценки конкурентоспособности товара.
27. Коммерческие формы и методы реализации товара.
28. Товародвижение: понятие товародвижения, каналы распределения, уровни, функции и виды каналов распределения, виды розничных посредников.
29. Каналы распределения и товародвижения.
30. Установка цен на товары: задачи и политика ценообразования.
31. Ценообразования и структура рынка. Факторы, влияющие на уровень цен.
32. Установка цены на товар: основные этапы.
33. Рынок, понятие, модели, их регулирование.
34. Ценовая и неценовая конкуренция.
35. Изучение товарной структуры рынка.
36. Конкурентная среда, ее изучение.
37. Типология рынка в зависимости от соотношения спроса и предложения.
38. Емкость рынка и рыночная доля фирмы, их оценка. Факторы, влияющие на изменение на изменение рыночной доли фирмы.
39. Маркетинг-микс, его составляющие, принципы разработки.
40. Сегментация рынка: понятие, критерии, методы.
41. Целевой сегмент рынка, его характеристики.
42. Методы охвата целевого рынка (по результатам сегментации).
43. Изучение потребителей. Модели поведения потребителей
44. Позиционирование товара.
45. Оценка конкурентоспособности товара: понятие, характеристика этапов оценки. Виды параметров товара при расчете конкурентоспособности товара.
46. Система маркетинговых коммуникаций.
47. Маркетинговые коммуникации: понятие комплекса продвижения, инструменты маркетинговых коммуникаций.
48. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
49. ФОССТИС: основные правила, эффекты, подсистема ФОС (цель, задачи, мероприятия, примеры), подсистема СТИС (цель, мероприятия), связь системы ФОССТИС с жизненным циклом товара.
50. Система маркетинговых стратегий предприятия (портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии).

6.2 Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-1: Способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных	Знает способы выявления социально значимых проблем при	Вопросы к зачету (1-50)	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине

	<p>исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов и с применением современных информационных технологий, анализировать и интерпретировать данные социологических и маркетинговых исследований.</p>	<p>использовании описательных, объяснительных и прогнозных моделей социальных явлений и процессов; сущность практической проблемы, на решение которой направлен научный проект. Умеет разрабатывать программы фундаментального или прикладного социологического исследования: уточнять исследовательских задач; вырабатывать гипотезы, уточнять концептуальную модель измеряемых показателей; описывать объект, принципы отбора источников информации (респонденты, документы); выбирать и описывать методы сбора и обработки информации для всех этапов исследования; анализировать и интерпретировать полученные данные социологических и маркетинговых исследований.</p>		<p>понимая вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".</p>
2.	ПК-5: Способность разрабатывать	Знает общую теорию	Вопросы к зачету (1-50)	Компетенция сформирована: при

	<p>программные и методические документы социологического и маркетингового исследования, планировать и осуществлять маркетинг товаров и услуг для использования в разработке планов социального развития предприятий, учреждений, территорий и иных общностей.</p>	<p>маркетинговой деятельности; цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга; маркетинговую среду и ее анализ; методы маркетинговых исследований; организацию деятельности маркетинговых служб; основы маркетинговых коммуникаций; особенности планирования, контроля и оценки эффективности маркетинговой деятельности. Умеет применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации; ставить и решать задачи операционного маркетинга; разрабатывать план маркетингового исследования; анализировать факторы, влияющие на поведение потребителей; определять экономическую эффективность маркетинговых решений; разрабатывать маркетинговые</p>		<p>правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".</p>
--	---	---	--	--

		<p>стратегии и комплексное решение проблем потребителей; владеет аналитическими методами для оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятиях; методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; умением проводить маркетинговые исследования; методами разработки и реализации маркетинговых планов и программ.</p>		
--	--	---	--	--

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Маркетинг: Учебное пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой. - Москва : Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 384 с. ISBN 978-5-9558-0183-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/427176> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.
2. Казакова, Н. А. Маркетинговый анализ: учебное пособие / Н. А. Казакова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 240 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/851. - ISBN 978-5-16-005220-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1074062> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.2 Дополнительная литература:

1. Годин, А.М. Инструменты современного маркетинга: Монография / А. М. Годин, О. А. Масленникова. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 179 с. - ISBN 978-5-394-02485-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/514607> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

2. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг: монография / М. Ю. Горнштейн. — 2-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 404 с. - ISBN 978-5-394-03266-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081779> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

3. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: Учебное пособие / Котлер Ф., Виноградов А.П., Чех А.А., - 7-е изд. - Москва : Альпина Пабл., 2016. - 211 с. ISBN 978-5-9614-5717-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/851120> (дата обращения 10.05.2020). - Режим доступа: по подписке.

4. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования: практикум / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 214 с. - ISBN 978-5-394-03602-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091794> (дата обращения: 10.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

5. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: учебное пособие. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 288 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1450. - ISBN 978-5-16-005383-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1069144> (дата обращения: 10.05.2020). – режим доступа: по подписке.

7.3 Интернет-ресурсы:

1. <http://www.infowave.ru/> сайт маркетинговой компании, где есть подборка статей и монографий по маркетинговым исследованиям
2. http://www.sociologos.ru/metody_i_tehnologii/Metody_marketingovyh_issledovanij - методы маркетинговых исследований _ есть литература
3. 4p.ru - Форум маркетологов, аналитические материалы, магазин исследований и ряд бесплатных сервисов для маркетологов и компаний.
4. marketolog.info
5. r-trends.ru - Аналитика маркетологам и исследователям рынка.
6. ramu.ru - Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг (РАМУ).
7. marketologi.ru - Некоммерческое партнерство Гильдия Маркетологов.
8. www.marketingandresearch.ru - Маркетинг и маркетинговые исследования в России.
9. <https://wciom.ru/> - ВЦИОМ

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

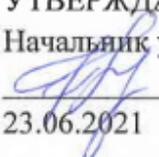
Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ (к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

Лицензионное ПО: платформа для электронного обучения Microsoft Teams..

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Аудиторный фонд, оборудованный мультимедийными комплексами и компьютерами с соответствующим программным обеспечением, наличие доступа к электронно-библиотечной системе и в Интернет.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ

Н.К. Федорова
23.06.2021

ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 Социология
(очная форма обучения)

Ужахова Л. М. Основы менеджмента. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 Социология, Профиль: Социальная теория и прикладное социальное знание, форма обучения очная, Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины (модуля) опубликована на сайте ТюмГУ: Основы менеджмента [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.utmn.ru/sveden/education/#>

© Тюменский государственный университет, 2020.
© Ужахова Л. М., 2020.

1. Пояснительная записка

Целью освоения дисциплины является изучение основных концепций и подходов к управлению организацией, разработанных наукой и практикой, как за рубежом, так и в нашей стране, формирование современного управленческого мышления, умений и навыков по принятию и реализации управленческих решений.

Задачами являются - изучение:

- основных подходов и концепций менеджмента организаций;
- принципов, функций и методов менеджмента, основных теорий и концепций мотивации и эффективности менеджмента;
- содержания, классификации и особенностей принятия управленческих решений, с учётом последствий их реализации.

1.1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Данная дисциплина входит в блок Б1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевый/функциональный)
ПК-4 Способность использовать методы социологического анализа в процессах разработки и принятия управленческих решений, в оценке их практической значимости, разрабатывать предложения по повышению эффективности труда	ПК-4	<p>Знает элементы, особенности и методы разработки и принятия управленческих решений, с учётом их последствий и влияние на эффективность труда</p> <p>Умеет систематизировать и уместно применять знания об элементах, особенностях и методах разработки и принятия управленческих решений, с учётом их последствий и влияния на эффективность труда</p>

2. Структура и трудоемкость дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы		Всего часов	Часов в семестре
			4
Общий объем	зач. ед.	4	4
	час	144	144
Из них:			
Часы аудиторной работы (всего):		50	50
Лекции		16	16

Практические занятия	34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам	0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)	Зачёт	Зачёт

3. Система оценивания

3.1. Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания. Баллы проставляются за посещение практических занятий и активную работу на них, а также за выполнение всех видов работ по каждой теме дисциплины. Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. Перевод баллов в оценки осуществляется по следующей шкале: от 61 до 75 баллов - «зачёт», до 61 балла - «незачёт». Форма проведения зачёта – устный ответ.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Иные виды контактной работы
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1	История управленческой и организационной мысли	15	2	4	0	0
2	Основные понятия менеджмента	15	2	4	0	0
3	Планирование деятельности организации	15	2	4	0	0
4	Организационная деятельность руководителя	15	2	4	0	0
5	Мотивация сотрудников	15	2	4	0	0

6	Управленческий контроль	20	2	4	0	0
7	Коммуникации и принятие решений. Эффективность менеджмента	21	2	4	0	0
8	Лидерство в менеджменте	28	2	6	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. "История управленческой и организационной мысли"

Эволюция управленческой и организационной мысли. Классическое направление менеджмента. Гуманитарное направление менеджмента. Современные направления менеджмента. Развитие управленческой мысли в России.

Тема 2. "Основные понятия менеджмента"

Понятия "менеджмент", "управление", "менеджер", "организация». Система, функции, методы и виды менеджмента. Содержание управленческой деятельности менеджера.

Тема 3. "Планирование деятельности организации"

Целеполагание и планирование. Внешняя среда организации. Основные виды и принципы планирования.

Тема 4. "Организационная деятельность руководителя"

Принципы организационной деятельности. Организационная структура. Базовые типы организационных структур. Организационные полномочия.

Тема 5. "Мотивация сотрудников"

Основные определения теории мотивации. Содержательные и процессуальные теории мотивации.

Тема 6. "Управленческий контроль"

Понятие, виды, этапы управленческого контроля. Принципы эффективного контроля.

Тема 7. "Коммуникации и принятие решений в менеджменте. Эффективность менеджмента"

Понятие, классификация, методы и этапы принятия решений. Понятие, виды и этапы коммуникаций в организации.

Тема 8. "Лидерство в менеджменте"

Понятие власти и лидерства. Подходы к лидерству. Лидерство и стиль управления.

Планы практических занятий

Тема 1. "История управленческой и организационной мысли"

Вопросы для обсуждения:

1. Эволюция управленческой и организационной мысли.
2. Классическое направление менеджмента.
3. Гуманитарное направление менеджмента.
4. Современные направления менеджмента.
5. Развитие управленческой мысли в России.

Тема 2. "Основные понятия менеджмента"

Вопросы для обсуждения:

1. Понятия "менеджмент", "управление", "менеджер", "организация».
2. Система, функции, методы и виды менеджмента.
3. Содержание управленческой деятельности менеджера.

4. Этика как основа управленческой деятельности

Концепция заинтересованных сторон (стейкхолдеров): выявление, анализ и управление

Кейс :Один день из жизни топ-менеджера"

Обсуждение в группах материалов задания, презентация результатов, дискуссия

Тема 3. "Планирование деятельности организации"

Вопросы для обсуждения:

1. Целеполагание и планирование.
2. Внешняя среда организации.
3. Основные виды и принципы планирования.

"Миссия и цели организации"

Проработка материалов задания и презентация результатов, обсуждение.

"Разработка плана работы отдела"

Проработка материала задания в группе

Тема 4. "Организационная деятельность руководителя"

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы организационной деятельности.
2. Понятие и принципы формирования организационной структуры.
3. Базовые типы организационных структур.
4. Организационные полномочия.

"Организация как функция менеджмента"

Разработка инструкции по выполнению работы.

"Механистические и адаптивные организации"

Изучение материалов задания, работа в группе, презентация результатов.

Тема 5. "Мотивация сотрудников"

Вопросы для обсуждения:

1. Основные определения теории мотивации.
2. Содержательные теории мотивации.
3. Процессуальные теории мотивации

"Методы мотивации"

Проработка материала задания, презентация результата , обсуждение

"Мотивация сотрудников"

Проработка материала задания, презентация результатов, обсуждение

Тема 6. "Управленческий контроль"

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие, виды управленческого контроля
2. Этапы управленческого контроля.
3. Принципы эффективного контроля.

"Содержание контрольных мероприятий"

Изучение и проработка материала задания, презентация результата, обсуждение

"Контроль как функция менеджмента"

Проработка материала задания, обсуждение в группах, презентация результатов

Тема 7. "Коммуникации и принятие решений в менеджменте. Эффективность менеджмента"

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие, классификация управленческих решений
2. Методы разработки и принятия управленческих решений
3. Этапы принятия решений.
4. Понятие, виды организационных коммуникаций
5. Этапы коммуникаций в организации.
6. Концепция эффективности менеджмента.

"Принятие решений в организации"

Проработка материала задания, обсуждение в группах, презентация результатов.

"Коммуникации в организации"

Проработка материала задания, обсуждение в группах, презентация результатов.

Тема 8. "Лидерство в менеджменте"

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие власти и лидерства.
2. Подходы к лидерству.
3. Теории лидерства.
4. Лидерство и стиль управления.

"Руководитель как лидер"

Проработка материалов задания, обсуждение в группе, презентация результатов.

"Стиль управления"

Самостоятельное изучение материалов темы, обсуждение результатов.

"Харизматическая личность"

Работа в группах, выполнение поставленного задания, обсуждение результатов.

Образцы средств для проведения текущего контроля

Примеры практических заданий

Тема 1. "История управленческой и организационной мысли"

"Школы менеджмента"

Используя определения менеджмента и управления, рассмотренные на лекции, определите, к какой школе или подходу к менеджменту относится то или иное высказывание. Полученные результаты занесите в табл.

Таблица

№ п/п	Название школы или подхода к менеджменту	Отобранные определения
1	Школа научного управления	
2	Классическая школа управления	
3	Школа человеческих отношений и поведенческих наук	
4	Школа науки управления, количественная школа	
5	Процессный подход	
6	Системный подход	
7	Ситуационный подход	

Тема 2. "Основные понятия менеджмента"

В компании, которая занимается производством и продажей продуктов для детского питания в странах Западной Европы, возникла проблема с реализацией товаров. В итоге прекратился рост прибыли. Основная причина состояла в том, что в результате повышения уровня жизни населения стран Западной Европы продолжительность жизни там увеличилась, однако рождаемость упала. Выпускаемые фирмой продукты для детского

питания довольно дороги и потому доступны только для достаточно состоятельных слоев населения. Вопрос: какие функциональные инструменты менеджмента и в каких областях вы рекомендовали бы использовать?

Тема 3. "Планирование деятельности организации"

"Разработка плана работы отдела"

План работы информационно-аналитического отдела. Представьте, что вы — руководитель информационно-аналитического отдела, занимающегося поиском и обработкой информации, необходимой топ-менеджменту компании ОАО «Техно-Инвест» для принятия стратегических решений. Вашему отделу необходимо срочно подготовить доклад-презентацию о популярности среди молодежи современных интернет-планшетов. Доклад-презентация должен быть составлен на основе результатов предварительного анализа рынка. Он должен включать в себя презентацию в MS Power Point (с таблицами, диаграммами и т. п.) и доклад на 10–12 минут. Время, отводимое на подготовку доклада — один рабочий день. Распорядок работы отдела: рабочее время — 9.00–18.00; перерыв — 13.00–14.00. Кадровый состав: 1. Вы — руководитель отдела, опытный менеджер, хорошо знающий способности своих сотрудников. 2. Анна — секретарь-референт, опытный специалист по подготовке текстов, член Союза писателей г. Москвы. 3. Андрей — опытный инженер-программист, разработчик систем поиска информации в Интернете. 4. Николай — экономист, хорошо разбирающийся в специфике рынка информационных технологий. 5. Елена — математик, специалист по статистике, умеет строить удобные для восприятия диаграммы и графики. 6. Наталия — специалист по работе с изображениями и презентациями, опытный дизайнер, имеет сертификат пользователя MS Power Point.

Ресурсы и оборудование, имеющиеся в распоряжении отдела:

1. рабочее помещение на шесть человек;
2. персональный компьютер N 1 (с выходом в Интернет);
3. персональный компьютер N 2 (без выхода в Интернет);
4. цветной принтер;
5. носители информации (диски, флэш-карты и т. п.);
6. канцелярские принадлежности;
7. телефон;
8. компьютерный проектор с экраном. Задание: составьте план срочной работы вашего отдела на следующий рабочий день (см. представленный образец оформления плана).

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ Темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1	История управленческой и организационной мысли	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций Практическое задание

2	Основные понятия менеджмента	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций Практическое задание
3	Планирование деятельности организации	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций Практическое задание
4	Организационная деятельность руководителя	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций Практическое задание
5	Мотивация сотрудников	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций Практическое задание
6	Управленческий контроль	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций Практическое задание
7	Коммуникации и принятие решений в менеджменте. Эффективность менеджмента	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций Практическое задание
8	Лидерство в менеджменте	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций Практическое задание

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Использование рассмотренных учебных материалов при выполнении необходимых заданий по каждой теме дисциплины.

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся практических заданий.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения промежуточной аттестации: устный ответ.

Вопросы к зачёту:

1. Этика как основа управленческой деятельности
2. Управление как вид деятельности: определение, структурно-содержательный и процессуальный аспекты управленческой деятельности
3. Характеристика и взаимосвязь субъекта и объекта управления
4. Менеджмент: подходы к определению, основные признаки менеджмента как типа управления в условиях рыночной экономики
5. Концепция заинтересованных сторон (стейкхолдеров): выявление, анализ и управление
6. Этапы развития менеджмента (Древний мир, Средневековье и Новое время, промышленная революция и производственные отношения). Классификация подходов и школ менеджмента
7. Основные положения школы научного управления (Ф.Тейлор, Г.Гантт, Ф. и Л. Гилбреты, Г.Эмерсон, Г.Форд)
8. Основные положения классической (административной) школы (А.Файоль, Л.Урвик, М.Вебер, Г.Черч, Дж.Муни и А.Рейли)
9. Основные положения школы психологии и человеческих отношений (М.П.Фоллетт, Ч.Барнард), этапы Хоторнского эксперимента
10. Становление, развитие и основные положения школы науки управления (количественной школы)
11. Системный, процессный и ситуационный подходы
12. Развитие теории и практики управления в России.
13. Организация как объект управления: определение, признаки и социальные функции организации в обществе. Современное понимание организаций.
14. Основные элементы и характеристики внутренней среды организации
15. Макроокружение и деловая среда организации: система факторов и свойства. Взаимодействие организации с внешней средой
16. Методы анализа среды организации
17. Менеджер – профессиональный управляющий. Особенности профессиональной деятельности менеджера. Разделение управленческого труда
18. Профессиональные качества и роли менеджера. Эффективность деятельности.
19. Понятие и классификация управленческих решений.
20. Мозговой штурм и дерево решений: процедура и правила проведения. Понятие и правила релевантности информации.
21. Метод номинальной группы и метод Дельфи: процедура, правила проведения, отличие.
22. Понятие и виды коммуникаций и коммуникаторов.
23. Особенности и барьеры организационных коммуникаций.
24. Коммуникационный процесс.
25. Особенности и барьеры межличностных коммуникаций.
26. Концепция эффективности менеджмента
27. Понятие и виды полномочий.
28. Виды и характеристика иерархических структур.
29. Виды и характеристика адаптивных структур.
30. Понятие мотивации и стадии мотивационного процесса.
31. Содержательные теории мотивации.
32. Процессуальные теории мотивации.
33. Сущность контроля и причины, вызывающие его необходимость.
34. Типы контроля.
35. Этапы процесса контроля и их характеристика.
36. Понятие власти, влияния и лидерства.
37. Теории лидерских качеств.
38. Теории ситуационного лидерства. Теории поведенческого лидерства.

6.2 Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-4 «умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций»	Разрабатывает критерии, систему показателей для принятия управленческих решений для развития организаций Разрабатывает предложения по повышению эффективности труда	Устный/письменный опрос. Практические задания. Вопросы к зачёту (1-38 шт.)	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Семенова, И. И. История менеджмента : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / И. И. Семенова. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 199 с. — ISBN 978-5-238-01330-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81778.html> (дата обращения: 27.05.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7.2 Дополнительная литература:

2. Адизес, И. К. Стили менеджмента - эффективные и неэффективные: Учебное пособие / Адизес И.К., Гутман Т., - 5-е изд. - Москва :Альпина Пабли., 2017. - 198 с. ISBN 978-5-9614-5339-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/924619> (дата обращения: 27.05.2020). – Режим доступа: по подписке.
3. Виханский, О. С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И., - 6-е изд., перераб. и доп - Москва : Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 656 с. - ISBN 978-5-9776-0320-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1064558> – (дата обращения: 27.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3 Интернет-ресурсы:

1. Эксперт. (<http://www.expert.ru>)
2. Секрет фирмы. (<http://www.sf-online.ru>)
3. Профиль. (<http://www.profile.ru>)
4. Бизнес-журнал. (<http://offline.business-magazine.ru>)
5. Компания. (<http://www.ko.ru>)
6. Менеджмент сегодня. (http://www.grebennikov.ru/management_today.phtml)
7. Менеджмент в России и за рубежом. (<http://www.dis.ru/manag/>)
8. Генеральный Директор. (<http://www.gd.ru>)
9. Консультант. (<http://www.berator.ru/consultant>)
10. Управление компанией. (<http://www.zhuk.net>)
11. Консультант директора. (<http://www.infra-m.ru/live/periodicals.asp?id=67857>)
12. Экономические стратегии. (<http://www.inesnet.ru/magazine>)
13. Управление персоналом. (<http://www.top-personal.ru>)
14. Кадровик. (<http://www.kdelo.ru>)
15. Маркетинг в России и за рубежом. (<http://www.dis.ru/market>)

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Электронная библиотека Grebennikon <https://grebennikon.ru/>

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам. Лицензионное ПО: платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ФИНАНСЫ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 Социология
(очная форма обучения)

Фрицлер А.В. Персональные финансы. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 Социология, бакалавриат, форма обучения очная. Тюмень, 2021.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утвержденным Приказом Министерства образования и науки РФ от 05.02.2018 № 75.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Финансы в системе государственного регулирования внешнеэкономической деятельности [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

1. Пояснительная записка

Дисциплина «Персональные финансы» направлена на формирование знаний, навыков и умений в области финансовой грамотности каждого конкретного человека, что является важным в современных рыночных условиях. В связи с этим получение студентами необходимого объема теоретических знаний и практических навыков в области персональных финансов – важная составляющая компонента современного образования.

Целью курса является формирование у студентов системных знаний и практических навыков в области персональных финансов.

Задачи:

- знание теоретических основ личных финансов;
- умение самостоятельно ставить и осмысленно решать задачи в области управления личными финансами (составлять личный бюджет, управлять доходами и расходами, формировать сбережения);
- приобретение навыков решения прикладных задач в области управления личными финансами.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
ПК-1: Способен использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для подготовки аналитических отчетов, экспертных заключений, а также решения иных профессиональных задач, в том числе с применением технических средств.	ПК-1	-знает, как использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для подготовки аналитических отчетов и заключений - умеет осуществлять личное финансовое планирование с учетом социально-экономических процессов в обществе - умеет осуществлять учет и анализ личных доходов и расходов, разрабатывать предложения по решению социально-экономических проблем индивида - умеет использовать личную финансовую информацию для принятия управленческих решений с учетом согласования интересов социальных групп

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

Очная форма обучения

Вид учебной работы		Всего часов (академические часы)	Часов в семестре (академические часы)
			6
Общий объем	зач. ед.	4	4
	час	144	144
Из них:			
Часы контактной работы (всего):		50	50
Лекции		16	16
Практические занятия		34	34
Лабораторные / практические занятия по подгруппам		0	0
Консультации и иная контактная работа		0	0
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося		94	94
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)		Зачет	Зачет

3. Система оценивания

3.1. Система оценивания, применяемая при проведении текущего контроля, и ее учета при промежуточной аттестации.

Текущий контроль осуществляется на лекционных, практических занятиях, по всем формам самостоятельной работы обучающихся.

Учебные работы, выполняемые студентом в процессе обучения по данному модулю, оцениваются в баллах:

0-5 балла – Устный ответ на вопрос по практическом занятии

0-10 балла – Тест

0-5 баллов - Творческое задание

0-3 баллов – Иные виды активности

Преподавателем в течение семестра осуществляется текущий контроль за учебной деятельностью студента посредством выставления баллов, которые носят комплексный характер и учитывают достижения студентов: знания, умения, навыки, сформированность компетенций. Для получения зачета по дисциплине необходимо набрать 61 балл и более.

Шкала перевода баллов в оценки для студентов ОФО:

60 баллов и менее – «не зачтено»;

от 61 до 100 баллов – «зачтено»;

Студенты ОФО, не набравшие 61 балл, сдают зачет по дисциплине в форме теста по предлагаемым вопросам.

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2.1

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Консультации и иная контактная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1	Экономическое содержание личных финансов	28	2	6	0	0
2	Личный бюджет: доходы и расходы	28	4	8	0	0
3	Основы личного финансового планирования	28	2	6	0	0
4	Управление личными финансами	30	6	10	0	0
5	Финансовая безопасность индивида	30	2	4	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. "Экономическое содержание личных финансов"

Деньги как основа финансовых отношений: возникновение, сущность, виды. Жизненный цикл человека: доходы и расходы каждого этапа. Понятие и структура личных финансов, факторы их формирования. Взаимосвязь личных финансов с состоянием и развитием экономики страны. Человеческий капитал как основа личных финансов. Зависимость личных финансов от жизненного цикла индивида.

Тема 2. "Личный бюджет: доходы и расходы"

Оплата труда как основной источник персональных доходов: формы оплаты труда, компенсирующие и стимулирующие выплаты. Минимальный размер оплаты труда и его значение в формировании персональных доходов. Доходы от предпринимательской деятельности. Государственные социальные гарантии: пенсии, пособия, стипендии. Доходы от собственности. Иные денежные доходы. Неденежные доходы.

Потребительские расходы, их структура, влияние различных факторов на их объемы и разнообразие. Обязательные выплаты, осуществляемые населением. Добровольные платежи. Изменение налоговой политики государства и ее влияние на жизненный уровень населения. Прожиточный минимум: способы определения и факторы, влияющие на его уровень.

Тема 3. "Основы личного финансового планирования"

Процесс финансового планирования. Временная стоимость денег. Анализ личной отчетности. Постановка целей и составление бюджета. Налоговое планирование. Определение путей достижения целей (разработка плана инвестирования).

Тема 4. "Управление личными финансами"

Достижение финансовых целей при помощи банковского кредита или займа некредитной организации (микрофинансовой, потребительской кооперации, ломбарда). Личные сбережения: наличные в рублях или валюте, депозиты в банке, ценные бумаги, инвестиции в недвижимость. Специфика налогообложения и страхования физических лиц.

Тема 5. "Финансовая безопасность индивида"

Финансовое мошенничество. Мошенничества с использованием банковских карт, Интернет-мошенничества, мобильные мошенничества, финансовые пирамиды. Основы финансовой безопасности индивида на рынке кредитных ресурсов. Социальное страхование как способ защиты от финансовых рисков.

4.3. Планы семинарских занятий

Тема 1. "Экономическое содержание личных финансов"

- 1) Эволюция денег. Сущность, свойства и функции денег.
- 2) Виды денег: действительные деньги и знаки стоимости. Полноценные деньги, их специфика.
- 3) Особенности функционирования бумажных денег. Инфляция.
- 4) Кредитные деньги: вексель, банкнота, чек, электронные деньги. Криптовалюта.
- 5) Возникновение и развитие финансов.
- 6) Основные этапы жизненного цикла человека. Доходы и расходы каждого этапа жизненного цикла человека.
- 7) Бюджет и его виды. Понятие баланса, дефицита и профицита бюджета.
- 8) Бюджет государства, особенности формирования доходов и расходов. Бюджет России в текущем финансовом году. Бюджет организации, специфика составления.
- 9) Семейный бюджет, основные статьи доходов и расходов. Принятие финансовых решений в условиях рыночных отношений, спрос и предложение.

Тема 2. "Личный бюджет: доходы и расходы"

- 1) Сущность и виды доходов.
- 2) Оплата труда как основной источник персональных доходов. Минимальный размер оплаты труда.
- 3) Государственные социальные гарантии: пенсии, пособия, стипендии.
- 4) Анализ денежных доходов населения.
- 5) Классификация доходов: регулярные, периодические, случайные, гарантированные; номинальные, располагаемые, реально располагаемые.
- 6) Структура потребительских расходов.
- 7) Обязательные выплаты, осуществляемые населением.
- 8) Изменение налоговой политики государства и ее влияние на жизненный уровень населения.
- 9) Прожиточный минимум: способы определения и факторы, влияющие на его уровень.
- 10) Анализ денежных расходов населения.

Тема 3. "Основы личного финансового планирования"

- 1) Определение личных финансовых ресурсов (активов и пассивов).
- 2) Определение финансовых целей и их группировка на крупные и мелкие, кратко-, средне- и долгосрочные.

- 3) Основные этапы личного финансового планирования.
- 4) Использование современных средств для учета личных финансов.

Тема 4. "Управление личными финансами"

- 1) Кредит: сущность и виды.
- 2) Основные принципы кредитования: срочность, платность, возвратность.
- 3) Условия получения банковского кредита: срок, ставка, комиссия; обеспечение; досрочное погашение.
- 4) Кредиты и займы, предоставляемые небанковскими кредитными учреждениями.
- 5) Банкротство гражданина.
- 6) Депозиты в банке: срочные и до востребования. Условия предоставления депозитов.
- 7) Ставки процента и стоимость денег.
- 8) Ценные бумаги: долевые и долговые.
- 9) Инвестиции в недвижимость.
- 10) Виды налогов, уплачиваемых физическими лицами.
- 11) Обязательное и добровольное страхование.

Тема 5. "Финансовая безопасность индивида"

- 1) Финансовое мошенничество.
- 2) Мошенничества с использованием банковских карт, Интернет-мошенничества, мобильные мошенничества, финансовые пирамиды.
- 3) Основы финансовой безопасности индивида на рынке кредитных ресурсов.
- 4) Социальное страхование как способ защиты от финансовых рисков.

Средства для проведения текущего контроля

Тема 1. "Экономическое содержание личных финансов"

1. Перечислите основные свойства денег.
2. Какие функции присущи деньгам?
3. Дайте определение полноценным деньгам.
4. Охарактеризуйте основные этапы жизненного цикла человека.
5. Перечислите основные источники формирования ресурсов персональных финансов.
6. Перечислите направления использования средств персональных финансов.
7. Дайте определение баланса бюджета.
8. Дайте определение дефицита бюджета.
9. Дайте определение профицита бюджета.
10. Как оптимизировать личный бюджет?
11. Что представляет собой личный финансовый план?
12. Какие программы ведения личных финансов используются в современных условиях?

Тема 2. Личный бюджет: доходы и расходы

1. Индивидуальный план достижения поставленной финансовой цели – это личный _____.

- 1) календарь
- 2) финансовый план
- 3) бюджет
- 4) прогноз

2. Личный бюджет включает:

- 1) доходную часть
- 2) налоги
- 3) проценты
- 4) вклады

3. Выделяют _____ доходы индивида.

- 1) временные
- 2) гарантированные
- 3) обязательные
- 4) налоговые

4. Различают _____ расходы индивида.

- 1) постоянные
- 2) гарантированные
- 3) базовые
- 4) депозитные

5. Вид расходов, на сроки уплаты и размер которых индивид не может повлиять – это:

- 1) гарантированные
- 2) номинальные
- 3) реальные
- 4) обязательные

6. К постоянным доходам индивида относят:

- 1) доходы от продажи собственности
- 2) выигрыш в лотерею
- 3) заработную плату
- 4) премию

7. Минимальный набор продовольственных и непродовольственных товаров, который требуется для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности – это:

- 1) минимальный размер оплаты труда
- 2) прожиточный минимум
- 3) потребительская корзина
- 4) государственные минимальные социальные стандарты

8. Установленный минимум оплаты труда в месяц, который работодатель должен платить своему работнику:

- 1) минимальный размер оплаты труда
- 2) прожиточный минимум
- 3) потребительская корзина
- 4) государственные минимальные социальные стандарты

9. Система формирования и использования денежных доходов отдельных индивидов в соответствии с их решениями – это:

- 1) потребительский кредит
- 2) лизинг
- 3) депозит
- 4) персональные финансы

10. Обесценение бумажных денег, которое проявляется чаще всего в росте цен на товары и услуги – это:

- 1) деноминация
- 2) девальвация
- 3) инфляция
- 4) реструктуризация

Тема 3. "Основы личного финансового планирования"

Творческое задание.

Составьте финансовый план (личный или семьи) с учетом предварительного сбора информации о всех источниках доходов. Систематизируйте свои расходы согласно предложенным группам расходов: питание, проезд, услуги связи, одежда, обучение, здоровье, подарки, прочие. Сформируйте баланс доходов и расходов на 1 месяц.

Тема 4. "Управление личными финансами"

Творческое задание.

Условия: сумма 1 млн. рублей, которые необходимо сохранить и приумножить. Требуется рассмотреть 3 разных варианта размещения средств с расчетами на 1 год и выводами по каждому варианту (смотрим динамику за прошедшие 2 года, прогнозируем на будущее). Варианты: депозит в банке, инвестиции в разные виды ценных бумаг, покупка недвижимости, покупка иностранной валюты, страхование на дожитие и т.п.

Тема 5. "Финансовая безопасность индивида"

1. Какие виды финансового мошенничества распространены в современных условиях?
2. Как осуществляется интернет-мошенничество?
3. Существует ли уголовная ответственность в России за мошенничество?
4. Перечислите основные схемы мошенничества с банковскими картами.
5. Перечислите основные признаки финансовых пирамид.
6. Какова деятельность Банка России в части защиты прав потребителей финансовых услуг.
7. Охарактеризуйте деятельность Роспотребнадзора в целях защиты прав потребителей финансовых услуг?
8. Можно ли привлечь к ответственности организаторов финансовой пирамиды?
9. Какие вам известны основные формы кибермошенничества.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ Темы	Темы	Виды СРС
1	Экономическое содержание личных финансов	Изучение лекционного материала, изучение дополнительного материала, подготовка к практическим занятиям
2	Личный бюджет: доходы и расходы	Изучение лекционного материала, изучение дополнительного материала, подготовка к практическим занятиям, тестированию
3	Основы личного финансового планирования	Изучение лекционного материала, изучение дополнительного материала, подготовка к практическим занятиям

4	Управление личными финансами	Изучение лекционного материала, изучение дополнительного материала, подготовка к практическим занятиям
5	Финансовая безопасность индивида	Изучение лекционного материала, изучение дополнительного материала, подготовка к практическим занятиям

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине

6.1 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине:

Задание для зачета

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине (зачет) – собеседование.

Зачет может быть получен студентом по результатам работы в семестре при получении не менее 61 балла.

Сдача зачета проходит в форме собеседования. Зачет выставляется в случае получения полных ответов на 2 вопроса.

Вопросы к собеседованию:

1. Деньги как основа финансовых отношений: возникновение, сущность, виды.
2. Жизненный цикл человека: доходы и расходы каждого этапа.
3. Бюджет и его виды: личный, семейный, организации, государства.
4. Основные доходы и расходы бюджета.
5. Планирование личного бюджета: определение финансовых целей и возможностей; активы и пассивы; капитал и его виды.
6. Доходы и расходы. Финансовый резерв.
7. Оптимизация личного бюджета.
8. Кредит: сущность и виды.
9. Основные принципы кредитования: срочность, платность, возвратность.
10. Условия получения банковского кредита: срок, ставка, комиссия; обеспечение; досрочное погашение.
11. Кредитная история заемщика.
12. Основные риски кредитования.
13. Кредиты и займы, предоставляемые небанковскими кредитными учреждениями.
14. Особенности деятельности небанковских учреждений в России.
15. Кредитная (долговая) нагрузка.
16. Деятельность коллекторских агентств в России.
17. Банкротство гражданина.
18. Принципы сбережений.
19. Депозиты в банке: срочные и до востребования. Условия предоставления депозитов.
20. Риски: банкротство банка, процентный риск, риск реинвестирования, валютный риск, риск инфляции, ликвидности.

21. Ставки процента и стоимость денег.
22. Ценные бумаги: долевые и долговые.
23. Инвестиции в недвижимость.
24. Налог как экономическая категория.
25. Понятие налоговой системы, принципы налогообложения.
26. Классификация налогов.
27. Основные элементы налогов, их характеристика.
28. Виды налогов, уплачиваемых физическими лицами.
29. Налог на доходы физических лиц.
30. Земельный налог.
31. Налог на имущество физических лиц.
32. Транспортный налог.
33. Государственная пошлина.
34. Экономическая сущность страхования.
35. Эволюция страхования.
36. Основные функции страхования и виды страхового фонда.
37. Правовые основы страховой деятельности.
38. Основные виды страхования в Российской Федерации.
39. Содержание и виды рисков. Основные методы управления рисками.
40. Обязательное и добровольное страхование.
41. Добровольное пенсионное страхование.

6.2 Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-1 Способность использовать знания социальных наук применительно к задачам исследования социальных институтов и процессов, разрабатывать основанные на результатах проведенных исследований предложения и рекомендации по	- умеет осуществлять личное финансовое планирование с учетом социально-экономических процессов в обществе - умеет осуществлять учет и анализ личных доходов и расходов, разрабатывать предложения по решению	Задание для зачета	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".

	решению социальных проблем, по согласованию интересов социальных групп и общностей	социально-экономических проблем индивида - умеет использовать личную финансовую информацию для принятия управленческих решений с учетом согласования интересов социальных групп		
--	--	---	--	--

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература:

1. Слепов, В. А. Персональные финансы : учебник / под ред. проф. В. А. Слепова. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2019. — 240 с. - ISBN 978-5-9776-0498-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1012867> (дата обращения: 25.05.2020). – Режим доступа: по подписке

7.2 Дополнительная литература:

1. Чижик, В. П. Финансовые рынки и институты : учеб. пособие / В.П. Чижик. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 384 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-00091-452-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/940807> (дата обращения: 12.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

2. Налогообложение физических лиц: Учебное пособие / Н.И. Малис, С.А. Анисимов, М.А. Данилькевич, Г.Г. Лалаев; Под ред. Н.И. Малис - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 128 с. - ISBN 978-5-9776-0298-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1013442> (дата обращения: 12.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3 Интернет-ресурсы:

- www.вашифинансы.рф
- www.banki.ru
- www.nalog.ru
- www.consultant.ru
- www.pfrf.ru

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

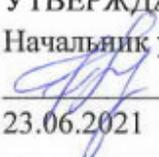
8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины

Мультимедийная аудитория с доступом в Интернет (проектор, экран, компьютер с возможностью воспроизведения видео и аудио материала).

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 Социология
(очная форма обучения)

Огородникова И. И. Социальная сфера и налогообложение. Рабочая программа для обучающихся по направлению 39.03.01 «Социология», форма обучения очная. Тюмень, 2021.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Социальная сфера и налогообложение [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2021.

© Огородникова И. И., 2021.

1. Пояснительная записка

Социальная сфера охватывает: здравоохранение и образование, социальное обеспечение и жилищно-коммунальное хозяйство, науку и культуру, спорт и туризм. С ее помощью формируется и поддерживается тот уклад жизни, который отвечает интересам всех и каждого. Качество жизни населения определяется состоянием функционирования социальной сферы, в которой протекают социальные процессы общества и реализуется социальная политика государства.

Цель - сформировать у студентов знания об основных социологических и экономических подходах к изучению социальной сферы и особенностей её налогообложения.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов концептуальное представление о социальной сфере и аспектах её налогообложения, регулируемом законодательством РФ.
- обучить студентов практическим методам и навыкам расчётов налоговых платежей, осуществляемых в социальной сфере;
- дать комплексные знания об основах налоговой нагрузки социальной сферы.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции ¹	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
ПК-5: Способность разрабатывать программные и методические документы социологического и маркетингового исследования, планировать и осуществлять маркетинг товаров и услуг для использования в разработке планов социального развития предприятий, учреждений, территорий и иных общностей	ПК-5	Знает: основные методы и приемы сбора, обработки и анализа информации Умеет: применять на практике основные методики расчётов налогов, выявлять тенденции изменения налоговых платежей, влияние налогообложения на социальное развитие предприятия Знает: социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем в социальной сфере и налогообложении Умеет: использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем

2. Структура и объем дисциплины

Таблица 1

¹ Заполняется при необходимости

1.	Основы законодательства в социальной сфере	36	4	8	0	0
2.	Основные формы и инструменты государственного регулирования социальной сферы	36	4	10	0	0
3.	Классификация налогов и элементы налогообложения	36	4	8	0	0
4.	Специфика налогообложения социальной сферы	36	4	8	0	0
	Итого (часов)	144	16	34	0	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема 1. Основы законодательства в социальной сфере

Законодательство, регулирующее функционирование социальной сферы. Законодательство в сфере здравоохранения, образования, жилищно-коммунального хозяйства. Направления развития и тенденции совершенствования законодательных основ в социальной сфере.

Тема 2. Основные формы и инструменты государственного регулирования социальной сферы

Направления государственного регулирования: экономические, административные и финансовые механизмы. Направления социальных расходов бюджета. Особенности бюджетного финансирования, льготного налогообложения, страхование, кредитование социальной сферы. Основные финансовые источники, используемые для функционирования социальной сферы. Разграничение основных расходных полномочий по финансированию социальной сферы в рамках бюджетного законодательства РФ.

Краткая характеристика функционирования социальной сферы России на современном этапе: реалии и перспективы. Концептуальные подходы реформирования социальной сферы. Стратегические ориентиры социально-экономического развития России на период до 2030 года. Разработка социальной модели государства. Направления реформирования социальной сферы.

Тема 3. Классификация налогов и элементы налогообложения

Классификация налогов. Социально-экономическая сущность и элементы налогообложения: федеральные налоги (налог на добавленную стоимость, налог на прибыль, акциз, налог на доходы физических лиц, налог на добычу полезных ископаемых, водный налог, государственная пошлина, сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водными биологическими ресурсами); региональные налоги (транспортный налог, налог на игорный бизнес, налог на имущество организаций); местные налоги (налог на имущество физических лиц, земельный налог, торговый сбор). Порядок взимания страховых взносов.

Тема 4. Специфика налогообложения социальной сферы

Налоги, уплачиваемые в социальной сфере. Налоговые льготы при исчислении налоговых платежей организациями и учреждениями социальной сферы. Особенности налогообложения социально-ориентированных некоммерческих организаций. Налоговая отчетность и налоговая ответственность.

Планы практических занятий

Тема 1. Основы законодательства в социальной сфере

1. Законодательство, регулирующее функционирование социальной сферы.
2. Законодательство в сфере здравоохранения, образования, жилищно-коммунального хозяйства.
3. Направления развития и тенденции совершенствования законодательных основ в социальной сфере.

Тема 2. Основные формы и инструменты государственного регулирования социальной сферы

1. Направления государственного регулирования: экономические, административные и финансовые механизмы.
2. Направления социальных расходов бюджета.
3. Особенности бюджетного финансирования, льготного налогообложения, страхования, кредитование социальной сферы.
4. Основные финансовые источники, используемые для функционирования социальной сферы.
5. Разграничение основных расходных полномочий по финансированию социальной сферы в рамках бюджетного законодательства РФ.
6. Краткая характеристика функционирования социальной сферы России на современном этапе: реалии и перспективы.
7. Стратегические ориентиры социально-экономического развития России на период до 2030 года.

Тема 3. Классификация налогов и элементы налогообложения

1. Классификация налогов.
2. Социально-экономическая сущность и элементы налогообложения: федеральные налоги (налог на добавленную стоимость, налог на прибыль, акциз, налог на доходы физических лиц, налог на добычу полезных ископаемых, водный налог, государственная пошлина, сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водными биологическими ресурсами);
3. Социально-экономическая сущность и элементы налогообложения: региональные налоги (транспортный налог, налог на игорный бизнес, налог на имущество организаций)
4. Социально-экономическая сущность и элементы налогообложения: местные налоги (налог на имущество физических лиц, земельный налог, торговый сбор).
5. Порядок взимания страховых взносов.

Тема 4. Специфика налогообложения социальной сферы

1. Налоги, уплачиваемые в социальной сфере.
2. Налоговые льготы при исчислении налоговых платежей организациями и учреждениями социальной сферы.
3. Особенности налогообложения социально-ориентированных некоммерческих организаций.
4. Налоговая отчетность
5. Налоговая ответственность.

Образцы средств для проведения текущего контроля

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ:

1. Разработка и адаптация механизма налогового стимулирования развития социальной сферы
2. Изучить виды налоговых правонарушений и систематизировать их в таблице с учётом размера административных санкций

Темы эссе:

1. Пути реформирования социальной сферы
2. Зарубежная практика налогообложения социальной сферы
3. Налоговые правонарушения в социальной сфере
4. Влияние налогообложения на развитие социальной сферы
5. Формирование человеческого капитала через развитие социальной сферы

Тесты для самоконтроля

1. *Какие функции выполняют налоги в обществе?*
 - A) фискальную, распределительную;
 - B) регулирующую, фискальную;
 - C) фискальную, распределительную, регулирующую, контрольную;
 - D) распределительную, контрольную.
2. *Каковы принципы налогообложения?*
 - A) справедливость налогообложения и экономическая обоснованность;
 - B) однократность налогообложения, справедливость и экономическая обоснованность;
 - C) определенность, общность и равенство, нейтральность налогов, простота, доступность и ясность налогообложения;
 - D) всеобщность и равенство, справедливость налогообложения и экономическая обоснованность, однократность налогообложения, определенность, нейтральность налогов, простота, доступность и ясность налогообложения.
3. *Что не является обязательным элементом налогообложения при установлении налога:*
 - A) налоговая льгота;
 - B) налоговый период.
 - C) налоговая база;
 - D) налоговая ставка;
4. *Кто является субъектами налоговых отношений?*
 - A) плательщики сборов;
 - B) налоговые органы и налогоплательщики;
 - C) плательщики сборов и налоговые органы;
 - D) налогоплательщики, плательщики сборов, налоговые органы.
5. *Физическое лицо может быть привлечено к налоговой ответственности:*
 - A) с 14 лет
 - B) с 16 лет
 - C) с 18 лет
 - D) с момента постановки на налоговый учет
6. *Каковы элементы налогообложения, определенные в Налоговом кодексе?*
 - 1) категории налогоплательщиков;
 - 2) налоговая база, период, ставка;
 - 3) объем налогообложения, налоговая база, период, ставка;
 - 4) категории налогоплательщиков, объем налогообложения, налоговая база, период, ставка, порядок исчисления налога, порядок и сроки уплаты налога, форма отчетности.
7. *Какие налоги и сборы, установленные Налоговым Кодексом, являются обязательными к уплате на всей территории РФ?*
 - A) федеральные;

- В) региональные;
- С) местные;
- Д) федеральные, региональные, местные;

8. К региональным налогам относится:

- А) транспортный налог;
- В) земельный налог;
- С) налог на добычу полезных ископаемых.
- Д) налог на добавленную стоимость

9. К федеральным относятся следующие налоги:

- А) налог на добычу полезных ископаемых;
- В) налог на игорный бизнес;
- С) земельный налог
- Д) транспортный налог

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Основы законодательства в социальной сфере	Чтение обязательной и дополнительной литературы
2.	Основные формы и инструменты государственного регулирования социальной сферы	Проработка лекций
3.	Классификация налогов и элементы налогообложения	Проработка лекций
4.	Специфика налогообложения социальной сферы	Чтение обязательной и дополнительной литературы

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста, письменной контрольной работы.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Контрольные вопросы к зачёту

1. Определение социальной сферы и инфраструктура социальной сферы.
2. Отрасли социальной сферы.
3. Виды социальных услуг
4. Законодательство, регулирующее функционирование социальной сферы.

5. Законодательство в сфере здравоохранения, образования, жилищно-коммунального хозяйства.
6. Направления развития и тенденции совершенствования законодательных основ в социальной сфере.
7. Направления государственного регулирования: экономические, административные и финансовые механизмы.
8. Направления социальных расходов бюджета.
9. Особенности бюджетного финансирования, льготного налогообложения, страхования, кредитование социальной сферы.
10. Основные финансовые источники, используемые для функционирования социальной сферы.
11. Разграничение основных расходных полномочий по финансированию социальной сферы в рамках бюджетного законодательства РФ.
12. Краткая характеристика функционирования социальной сферы России на современном этапе: реалии и перспективы.
13. Концептуальные подходы реформирования социальной сферы.
14. Стратегические ориентиры социально-экономического развития России на период до 2030 года.
15. Разработка социальной модели государства.
16. Направления реформирования социальной сферы.
17. Роль и значение налогов в социально-экономическом развитии общества.
18. Определение налога.
19. Направления реформирования налогообложения.
20. Классификация налогов.
21. Социально-экономическая сущность и элементы налогообложения: федеральные налоги
22. Социально-экономическая сущность и элементы налогообложения: региональные налоги
23. Социально-экономическая сущность и элементы налогообложения: местные налоги (налог на имущество физических лиц, земельный налог, торговый сбор).
24. Порядок взимания страховых взносов.
25. Налоги, уплачиваемые в социальной сфере.
26. Налоговые льготы при исчислении налоговых платежей организациями и учреждениями социальной сферы.
27. Особенности налогообложения социально-ориентированных некоммерческих организаций.
28. Налоговая отчетность
29. Налоговая ответственность.
30. Виды налоговых режимов, применяемых в РФ.

6.2. Критерии оценивания компетенций

Карта критериев оценивания компетенций

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемым	Оценочные материалы	Критерии оценивания

		и результатами обучения		
1.	ПК-5: Способность разрабатывать программные и методические документы социологического и маркетингового исследования, планировать и осуществлять маркетинг товаров и услуг для использования в разработке планов социального развития предприятий, учреждений, территорий и иных общностей	Знает: основные методы и приемы сбора, обработки и анализа информации Умеет: применять на практике основные методики расчетов налогов, выявлять тенденции изменения налоговых платежей, влияние налогообложения на социальное развитие предприятия Знает: социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем в социальной сфере и налогообложении Умеет: использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем	Задания для выполнения самостоятельной работы, задания для устных и письменных ответов, решение ситуационных задач, вопросы для подготовки к зачёту Задания для выполнения самостоятельной работы, задания для устных и письменных ответов, решение ситуационных задач, вопросы для подготовки к зачёту	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п. 4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Косарева, Т. Е. Налогообложение организаций и физических лиц: Учебное пособие / Т.Е. Косарева и др.; Под ред. Т.Е. Косаревой. - 8-е изд., испр. и доп. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с. (ВО: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-006546-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/396469> (дата обращения: 25.05.2020). – Режим доступа: по подписке

7.2. Дополнительная литература:

1. Налоговый менеджмент и налоговое планирование в России: Монография / Е.Н. Евстигнеев, Н.Г. Викторова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 270 с. – URL: <http://znanium.com/go.php?id=427530> (дата обращения: 25.05.2020)

7.3. Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minfin>
2. Официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nalog>.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
4. Справочная правовая система «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>
5. Справочная правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

Платформа для электронного обучения - Microsoft Teams.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник управления ИОТ
 Н.К. Федорова
23.06.2021

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ СТАТИСТИКА
Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 Социология
(очная форма обучения)

Леонтьева А. Г. Экономическая и социальная статистика. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 Социология, Направленность (профиль): Социальная теория и прикладное социальное знание, форма обучения очная. Тюмень, 2020.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Экономическая и социальная статистика [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2020.

© Леонтьева А.Г., 2020.

1. Пояснительная записка

Современная жизнь весьма динамична, явления общественной жизни отличаются взаимообусловленностью, при этом изменение одних явлений приводит к изменению других. Поэтому социологу в будущей профессиональной деятельности необходимо знание тенденций общественной жизни, понимание закономерностей развития социально-экономических процессов и явлений. Экономическая и социальная статистика определяет количественное выражение связей между явлениями.

Целью дисциплины «Экономическая и социальная статистика» является знакомство студентов с методологией и методикой расчета важнейших статистических показателей, дающих количественную характеристику социально-экономических процессов и явлений, анализа развития социально-экономической сферы, а также возможностями применения полученных знаний в будущей профессиональной деятельности.

Задачи курса:

- дать теоретические знания в области методологии статистического анализа; научить применять методы статистического анализа в оценке состояния и перспектив развития конкретных социально-экономических явлений и процессов;
- раскрыть роль статистики в решении современных социально-экономических проблем на основе приемов и методов статистического анализа.

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) входит в блок Б.1 Дисциплины (модули), части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина (модуль) по выбору.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции	Код и наименование части компетенции	Планируемые результаты обучения: (знаниевый/функциональный)
ПК-3: Способность осуществлять исследование общественного мнения, использовать методы сбора и анализа социологической информации для изучения актуальных социальных проблем и различного рода социальных явлений, для идентификации потребностей и интересов социальных групп.	ПК-3.	<p>Знать:</p> <p>Систему показателей для оценки экономического положения в стране, методик, применяемые при анализе социально-экономических явлений и процессов; основные принципы статистического анализа социально-экономических явлений и процессов; границы возможностей, предпосылки и область применения статистических методов анализа социально-экономических явлений и процессов и обеспеченность их программными средствами.</p> <p>Уметь:</p> <p>осуществлять постановку задач при анализе социально-экономических явлений и процессов, отражающих динамику, структуру и взаимосвязь явлений и процессов; анализировать, с использованием статистических методов, конкретные социально-экономические явления и процессы.</p>

№ п/ п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы			Иные виды контактной работы
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные /практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Экономическая и социальная статистика как наука. Методы и измерения в экономической и социальной статистике. Обобщение статистической информации	18	2	2	2	0
2.	Статистика населения	18	2	1	2	0
3.	Статистика трудовых ресурсов и рынка труда	18	2	2	4	0
4.	Система национальных счетов как система макроэкономических показателей. Национальное богатство. Статистка основных фондов и оборотных средств.	18	2	1	4	0
5.	Статистка цен. Статистическое изучение инфляции	18	2	2	2	0
6.	Статистика уровня и качества жизни населения	18	2	2	2	0
7.	Статистика потребления материальных благ и услуг. Статистика бедности	18	2	2	2	0
8.	Статистика отраслей социальной сферы	18	2	2	2	0
	Итого	144	16	14	20	0

4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

Тема1. Экономическая и социальная статистика как наука. Методы и измерения в экономической и социальной статистике. Обобщение статистической информации

Предмет, методы и задачи экономической и социальной статистики. Взаимосвязь количественного и качественного анализа, основные понятия и категории статистической науки, статистические закономерности, закон больших чисел и особенности его проявления в массовых экономических и социальных явлениях и процессах. Методы и стадии статистического исследования социальных процессов и явлений. Система показателей

социально-экономической статистики. Основные классификации, номенклатуры и группировки экономической и социальной статистики.

Тема 2. Статистика населения

Статистика населения: предмет и задачи. Источники информации о населении. Перепись населения как источник статической информации. Определение численности населения. Определение состава населения. Методика расчета естественного движения населения. Методика расчета механического движения населения. Расчеты перспективной численности населения

Тема 3. Статистика трудовых ресурсов и рынка труда

Задачи и источники данных статистики трудовых ресурсов. Понятие трудовых ресурсов. Состав экономически активного населения. Определение численности и состава занятых. Показатели занятости и безработицы. Показатели численности и состава персонала предприятия. Показатели движения работников. Показатели использования рабочего времени. Статистика производительности труда. Статистика оплаты труда. Применение метода экономических индексов (агрегатных и средних из индивидуальных) для анализа динамики показателей затрат и производительности труда. Статистическое изучение соотношения динамики производительности труда и заработной платы. Индексы переменного и постоянного состава при изучении динамики среднего уровня зарплаты. Статистика трудовых конфликтов и забастовочного движения.

Тема 4. Система национальных счетов как система макроэкономических показателей. Национальное богатство. Статистка основных фондов и оборотных средств.

Макроэкономические модели. Условия макроэкономического равновесия. Система показателей экономической деятельности в СНС. Классификация счетов в СНС. Принципы построения счетов СНС. Текущие счета. Счета накопления. Балансы активов и пассивов. Другие группы счетов. Национальное богатство как экономическая категория; определение объема национального богатства в СНС. Связь элементов национального богатства с показателями СНС. Статистика основных фондов. Статистика оборотных средств.

Тема 5. Статистка цен. Статистическое изучение инфляции

Статистическое наблюдение за ценами. Система показателей статистики цен. Индексы цен в социально-экономическом анализе. Инфляция и инфляционные процессы. Система статистических показателей инфляции.

Тема 6. Статистика уровня и качества жизни населения

Статистика доходов населения. Виды доходов населения. Номинальные и реальные доходы. Статистика домашних хозяйств, баланс денежных доходов и расходов населения. Показатели дифференциации доходов, коэффициент Джини. Реальные доходы. Показатели прожиточного минимума. Потребительская корзина. Показатели дифференциации населения по доходам. Индексация доходов населения

Тема 7. Статистика потребления материальных благ и услуг. Статистика бедности

Статистика расходов и потребления населения. Показатели потребления материальных благ и услуг. Объем и структура потребления, факторы, определяющие объем среднедушевого потребления отдельных продуктов, товаров и услуг. Доходы и потребление домашних хозяйств. Методика расчета величины прожиточного минимума и минимального потребительского бюджета. Коэффициенты эластичности потребления по

доходам, ценам и другим факторам. Статистический анализ бедности. Индекс развития человеческого потенциала, методология расчета

Тема 8. Статистика отраслей социальной сферы

Показатели статистики жилищных условий и коммунального обслуживания населения. Статистика жилищно-коммунального хозяйства. Система показателей статистики услуг и методология их исчисления. Статистика здравоохранения. Показатели статистики здравоохранения, методология исчисления. Статистика образования. Показатели статистики образования, методология исчисления

Планы практических занятий

Тема 1. Экономическая и социальная статистика как наука. Методы и измерения в экономической и социальной статистике

- 1) Построение типологической группировки.
 - 2) Вычисление относительных величин. Анализ структурных сдвигов.
 - 3) Построение на основе исходной информации таблиц и графиков на компьютере в среде Microsoft Excel.
 - 4) Изучение взаимосвязи признаков методом аналитической группировки
- Написание эссе.

Тема 3. Статистика трудовых ресурсов и рынка труда

- 1) Прослушивание сообщения.
- 2) Решение задач: вычисление показателей занятости, безработицы, движения персонала. использования рабочего времени.
- 3) Сопоставление динамики показателей уровня производительности труда и зарплаты.

Тема 6. Статистика уровня и качества жизни населения

- 1) Прослушивание сообщения.
- 2) Решение задач с использованием данных о номинальных и реальных доходах.
- 3) Оценка дифференциации населения по доходу на основе коэффициентов концентрации доходов Лоренса и Джини.

Тема 7. Статистика потребления материальных благ и услуг. Статистика бедности.

- 1) Использование индексного метода при анализе уровня потребления товаров и услуг населением.
- 2) Индекс потребительских настроений и индекс потребительских ожиданий населения.
- 3) Решение задач.

Написание эссе

Тема 8. Статистика отраслей социальной сферы

Обсуждение докладов и сообщений:

1. Показатели статистики жилищных условий и коммунального обслуживания населения.
2. Статистика жилищно-коммунального хозяйства.
3. Система показателей статистики услуг и методология их исчисления.
4. Статистика здравоохранения. Показатели статистики здравоохранения, методология исчисления.
5. Статистика образования. Показатели статистики образования, методология исчисления.
6. Статистика развития бытового и транспортного обслуживания населения, услуг связи.

Учебно-исследовательская лабораторная работа

Тема 2. Статистика населения

Обсуждение вопросов темы.

Выполнение комплексного задания: создание информационной базы данных; первичный анализ демографической информации, анализ рядов динамики на компьютере в среде Microsoft Excel.

Тема 3. Статистика трудовых ресурсов и рынка труда

Обсуждение вопросов темы.

Выполнение комплексного задания: создание информационной базы данных социально-экономических процессов. Анализ социально-экономической информации в среде Microsoft Excel.

Тема 4. Система национальных счетов как система макроэкономических показателей.

Обсуждение вопросов темы: Национальное богатство. Статистка основных фондов и оборотных средств.

Выполнение комплексного задания: создание информационной базы данных социально-экономических процессов, расчет основных макроэкономических показателей; экономических показателей, характеризующих состояние и использование основных производственных фондов, динамики оборачиваемости оборотных средств. Анализ социально-экономической информации в среде Microsoft Excel.

Тема 5. Статистка цен. Статистическое изучение инфляции

Обсуждение вопросов темы.

Расчет индексов изменения физического объема производства и цен товаров.

Выполнение комплексного задания: создание информационной базы данных социально-экономических процессов. Анализ демографической и социально-экономической информации в среде Microsoft Excel.

Тема 6. Статистика уровня и качества жизни населения

Обсуждение вопросов темы.

Выполнение комплексного задания: создание информационной базы данных социально-экономических процессов.

Анализ демографической и социально-экономической информации в среде Microsoft Excel.

Образцы средств для проведения текущего контроля

Тема 2. Статистика населения

Тест закрытый

1. Основным источником данных о численности и составе населения (или его состоянии) в большинстве стран мира являются:
 - а) статистические ежегодники
 - б) переписи и выборочные обследования
 - в) регистры населения
 - г) аналитические исследования
2. Домохозяйство в отличие от семьи:
 - а) отдельно проживающие люди
 - б) не ведущие общее хозяйство
 - в) может состоять из одного человека, обеспечивающего себя материально
 - г) не являются кровными родственниками
3. Лица, обычно проживающие в данном пункте, независимо от того, где они находятся в момент переписи относятся к _____ населению.
 - а) наличному
 - б) постоянному

- в) учитываемому
 - г) перспективному
4. Если имеются данные о численности населения на несколько равноотстоящих дат, средняя численность населения определяется по формуле:
- а) средней арифметической простой
 - б) средней геометрической
 - в) средней арифметической взвешенной
 - г) средней хронологической
5. Отношение численности населения моложе трудоспособного возраста к численности населения в трудоспособном возрасте характеризует коэффициент:
- а) пенсионной нагрузки
 - б) нагрузки по замещению
 - в) общей демографической нагрузки
 - г) жизненности Покровского

Тема 3. Статистика трудовых ресурсов и рынка труда

1. Экономически активное население включает:
- а) занятых в экономике
 - б) занятых в экономике и безработных
 - в) занятых в экономике, безработных, лиц, обучающихся с отрывом от производства
2. Численность трудовых ресурсов района составила (тыс.чел) на 01.01 – 130, на 01.03. – 135, на 01.06. – 134, на 01.09. -132, на 01.12 – 131, на 01.01.следующего года -135. Среднегодовая численность трудовых ресурсов, рассчитанная по средней арифметической взвешенной составила:
- а) 133,5
 - б) 132,8
 - в) 132,5
 - г) 130,8
3. Если средняя численность населения, занятого в материальном производстве = 2000; средняя численность занятых в непроизводственной сфере на начало года = 800; средняя численность занятых в непроизводственной сфере на конец года = 1200; численность лиц, ищущих работу = 200, то коэффициент занятости для активного населения:
- а) 0,95
 - б) 0,975
 - в) 0,9375
 - г) 0,9254
4. Если среднегодовая численность населения 1463,7 тыс.чел., численность безработных – 37,1 тыс.чел., численность занятых – 648,5 тыс.чел., то численность экономически активного населения составит ____ тыс.чел.
- а) 815,2
 - б) 685,6
 - в) 778,1
 - г) 1426,6
5. Система показателей, отражающая наличие трудовых ресурсов и их распределение по сферам и видам деятельности, называется
- а) обобщающим показателем динамики трудовых ресурсов
 - б) системой учета трудовых ресурсов
 - в) балансом трудовых ресурсов
 - г) оценкой экономической активности населения

Тема 4. Система национальных счетов как система макроэкономических показателей. Национальное богатство. Статистка основных фондов и оборотных средств.

Тест закрытый

1. ВВП равен стоимости:
 - а) промежуточного продукта
 - б) продукта перепродаж
 - в) конечного продукта, произведенного внутри страны за год
 - г) конечного продукта, произведенного национальным капиталом за год
2. Назовите, какой из перечисленных элементов расходов домохозяйств включается в состав ВВП:
 - а) покупка подержанного автомобиля у знакомого
 - б) покупка новых акций у брокера
 - в) покупка облигаций сберегательного займа в коммерческом банке
 - г) покупка новой авторучки взамен утерянной
3. Амортизация представляет собой:
 - а) денежное выражение стоимости основных производственных фондов, учитываемых в балансе
 - б) денежное выражение износа, отражающего перенос стоимости основных фондов на изготавливаемый продукт (услугу)
 - в) сумма денежных средств, на которую актив может быть обменян в результате коммерческой сделки
 - г) сумму денежных средств, которую предприятие может списать в конце отчетного периода
4. Для определения величины национального дохода надо:
 - а) вычесть из величины ВВП сумму косвенных налогов
 - б) уменьшить величину ВВП на сумму износа используемых основных фондов
 - в) вычесть из величины ВВП сумму амортизационных отчислений за данный период, сумму косвенных налогов и объем государственных субсидий
 - г) прибавить к ВВП сумму государственных социальных трансфертных платежей
5. Если объем реального ВВП снизился на 6%, а численность населения в том же году сократилась на 3%, то:
 - а) реальный ВВП на душу населения снизился
 - б) реальный ВВП на душу населения увеличился, а номинальный снизился
 - в) номинальный ВВП не изменился
 - г) цены упали на 3%

Тема 6. Статистика уровня и качества жизни населения

Тест закрытый

1. Домохозяйство — это:
 - а) частный дом с приусадебным хозяйством, в котором семья проживает более 3-х лет
 - б) семья и другие близкие люди, объединенные общим денежным бюджетом и местом проживания
 - в) вся совокупность материальных ценностей, с помощью которых семья ведет домашнее хозяйство
 - г) все обитатели единицы жилья, ведущие общее хозяйство
2. Модальный доход – это:
 - а) уровень дохода, делящего население на две равные части
 - б) уровень дохода, наиболее часто встречающийся среди населения
 - в) средний уровень дохода всего населения
 - г) уровень дохода по 25%-м группам населения
3. Личные потребительские расходы домохозяйств — это:
 - а) расходы домохозяйств на приобретение товаров и услуг длительного пользования
 - б) расходы домохозяйств на приобретение товаров и услуг длительного и кратковременного пользования

- в) трансфертные платежи и налоги
 - г) расходы домохозяйств на приобретение товаров и услуг и личные налоги
4. Медианный доход – это:
- а) средний уровень дохода всего населения
 - б) уровень дохода по 25%-м группам населения
 - в) уровень дохода, наиболее часто встречающийся среди населения
 - г) уровень дохода, делящий население на две равные части
5. На основе рядов распределения населения по доходам не определяется:
- а) модальный доход
 - б) коэффициент дифференциации доходов населения
 - в) реальные располагаемые денежные доходы
 - г) коэффициент Джини

Задачи

№ 1. Используя взаимосвязь показателей динамики, определите недостающие уровни ряда, их изменения (цифры условные):

Годы	Численность населения тыс. чел.	Базисные показатели динамики		
		Абсолютный прирост тыс. чел.	Темп роста %	Темп прироста %
2006	58,4		100,0	
2007		3,2		
2008			112,5	
2009				10,1
2010			122,0	
2011		16,0		
2012			125,1	
2013		18,0		
2014				24,0

№ 2. Имеется информация о распределении доходов населения. Рассчитайте среднедушевой доход населения в месяц

Номер интервала	Среднедушевой доход в месяц, руб.	Доля населения к итогу i
1	До 400	0,049
2	400-600	0,112
3	600-800	0,141
4	800-1000	0,137
5	1000-1200	0,119
6	1200-1600	0,174
7	1600-2000	0,106
8	Более 2000	0,162

№ 3. Имеются следующие данные по предприятию за отчетный год:

Показатель	Тыс. руб.
Полная первоначальная стоимость ОФ на начало года	1720
Сумма износа на начало года	458
Стоимость капитального ремонта за год	156
Введены в эксплуатацию новые ОФ	424
Выбыли из-за ветхости и износа ОФ по стоимости за вычетом износа	40
Полная первоначальная стоимость выбывших ОФ	344
Норма амортизации в %	10,5

Определите:

- 1) стоимость ОФ на конец года по полной первоначальной стоимости и по первоначальной стоимости за вычетом износа;
- 2) коэффициент обновления ОФ;
- 3) коэффициент выбытия ОФ.

№ 4. По двум фирмам, выпускающим однородную продукцию, имеются следующие данные:

Фирма	Себестоимость единицы продукции, руб.		Удельный вес выпуска продукции, в % к итогу	
	Базисный год	Отчетный год	Базисный год	Отчетный год
1	520	580	44,0	48,0
2	350	360	56,0	52,0

Определите:

- 1) Динамику себестоимости продукции по каждой фирме
- 2) Общие индексы себестоимости продукции переменного и постоянного состава, индекс структурных сдвигов. Объясните расхождение исчисленных индексов.
- 3) Абсолютный прирост средней себестоимости продукции по двум фирмам вместе за счет изменения себестоимости единицы продукции на каждой фирме и структуры выпуска произведенной продукции.

Темы докладов и сообщений:

1. Индекс развития человеческого потенциала и социальная политика государства.
2. Обесценивание денег и покупательная способность населения.
3. Методы измерения динамики и дифференциации уровня оплаты труда.
3. Проблемы построения и информационные возможности международных сопоставлений покупательной способности валют.
4. Трудовая маятниковая миграция, особенности ее учёта.
5. Сравнительная характеристика индексов цен по формуле Пааше и по формуле Ласпейреса.

Темы эссе:

1. Типичная продолжительность жизни и её динамика. Стандартная классификация причин смерти ООН и особенности организации учёта смертности по причинам смерти
2. Абсолютная и относительная бедность: инструментарий измерения бедности, международные сопоставления бедности
3. Демографический прогноз как статистическая модель зависимости показателей численности населения от течения времени: источники информации, математические основы, принимаемые гипотезы, оценка репрезентативности и точности демографических данных.
4. Индекс потребительских цен (ИПЦ) как показатель инфляции и как основа финансовой политики: методология построения и аналитические возможности
5. Статистический анализ основных тенденций развития экономики РФ на базе показателей СНС.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ Темы	Темы	Виды СРС
	4 семестр	

	Экономическая и социальная статистика	
1	Экономическая и социальная статистика как наука. Методы и измерения в экономической и социальной статистике. Обобщение статистической информации	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, написание эссе
2	Статистика населения	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, выполнение комплексного задания, тест
3	Статистика трудовых ресурсов и рынка труда	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, решение задач, сообщение, выполнение комплексного задания, тест
4	Система национальных счетов как система макроэкономических показателей. Национальное богатство. Статистка основных фондов и оборотных средств.	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, выполнение комплексного задания, тест
5	Статистка цен. Статистическое изучение инфляции	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, выполнение комплексного задания
6	Статистика уровня и качества жизни населения	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, решение задач, выполнение комплексного задания, тест
7	Статистика потребления материальных благ и услуг. Статистика бедности	Чтение обязательной и дополнительной литературы Проработка лекций, подготовка к практическим занятиям, написание эссе, решение задач
8	Статистика отраслей социальной сферы	Проработка лекций, подготовка сообщений к «Круглому столу»

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

5. Написание эссе, подготовка доклада и сообщения.

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста, проверке эссе, выступлении с докладом и сообщением.

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Зачет проводится в форме письменного опроса по вопросам зачета.

Вопросы к зачету:

1. Предмет и метод, основные задачи экономической и социальной статистики.
2. Система показателей экономической и социальной статистики, используемая в Российской Федерации. Основные требования, предъявляемые к системе показателей.
3. Система классификаций, используемые в ней основные понятия. Методы достижения сопоставимости статистических показателей.
4. Основные экономико-статистические классификации (отраслевые классификации видов экономической деятельности; классификация продукции, работ, услуг; информации о населении и др).
5. Население как объект статистического изучения. Постоянное и наличное население. Показатели размещения и структуры населения.
6. Показатели естественного движения населения. Источники получения информации и направления использования этих показателей.
7. Показатели, характеризующие половозрастную структуру. Демографическая пирамида. Метод передвижки по возрастам.
8. Методы стандартизации общих показателей естественного движения населения.
9. Демографические таблицы. Расчет перспективной численности населения.
10. Показатели миграции населения. Источники получения информации и направления использования этих показателей.
11. Классификация рабочей силы по экономической активности и статусу в занятости. Показатели трудоустройства и занятости населения. Основная и дополнительная работа.
12. Определение уровня общей и зарегистрированной безработицы. Источники получения информации. Полная и неполная занятость.
13. Методика составления баланса трудовых ресурсов.
14. Показатели использования рабочего времени. Фонды рабочего времени.
15. Система национальных счетов. Матрица счетов для анализа социальных процессов. Структура располагаемых ресурсов домохозяйств, структура расходов на конечное потребление.
16. Методы исчисления ВВП. Измерение ВВП в сравнимой валюте, паритет покупательной способности валют.
17. Индексный метод в статистических исследованиях. Понятие и свойства индексов. Индексы цен. Индексы Пааше, Ласпейреса, Фишера.
18. Индексы переменного, постоянного состава и структурных сдвигов.
19. Концепция развития человеческого потенциала: возможность измерения уровня социально-экономического развития стран и регионов.
20. Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП), методика его расчета. Индекс развития с учетом гендерного фактора (ИРГФ), цели его использования, методика расчета.
21. Система основных показателей уровня жизни в РФ. Номинальная и реальная зарплата, номинальные и реальные доходы.
22. Источники информации о доходах и расходах населения. Баланс денежных доходов и расходов. Методика расчета величины прожиточного минимума.
23. Подходы к измерению бедности: абсолютный, относительный, субъективный, качественный.

24. Понятие эквивалентного дохода. Способы соотнесения состава и размера семьи и числа стандартных (потребительских) единиц. Цели и преимущества использования. Индекс Аткинсона.

25. Показатели распределения населения по доходу, квантильные (децильные, квартильные, квинтильные) шкалы. Показатели дифференциации населения по доходу.

6.2. Критерии оценивания компетенций:

Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	ПК-3: Способность осуществлять исследование общественного мнения, использовать методы сбора и анализа социологической информации для изучения актуальных социальных проблем и различного рода социальных явлений, для идентификации потребностей и интересов социальных групп.	Знает: основные понятия и систему показателей социальной демографии; формулирует основные направления и специфику статистического анализа состояния социальной сферы. Умеет: диагностировать социально значимые проблемы и определяет пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований; анализирует и моделирует развитие социальных процессов; проводит сравнительные анализы фактов и событий на основе результатов социологического исследования.	Тест. Доклады и сообщения. Эссе. Задачи. Комплексное задание. Вопросы к зачету	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий. Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература:

1. Балдин, К. В. Общая теория статистики : учебное пособие / К. В. Балдин, А. В. Рукосуев. - 3-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 312 с. - ISBN 978-5-394-03462-6. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1093194> (дата обращения: 30.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

2. Шерстнева, Г. С. Социальная статистика : учебное пособие / Г. С. Шерстнева. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. — ISBN 978-5-9758-1779-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81051.html> (дата обращения: 30.05.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7.2. Дополнительная литература:

1. Батракова, Л. Г. Социально-экономическая статистика : учебник / Л. Г. Батракова. - Москва : Логос, 2020. - 480 с. - ISBN 978-5-98704-657-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1213741> (дата обращения: 30.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

2. Иванов, Ю. Н. Экономическая статистика : учебник / под ред. Ю.Н. Иванова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 584 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/7728. - ISBN 978-5-16-010399-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1063310> (дата обращения: 30.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

3. Мелкумов, Я. С. Социально-экономическая статистика : учебное пособие / Я.С. Мелкумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005424-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1092381> (дата обращения: 30.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

4. Статистика в примерах и задачах: Уч.пос./В.И.Бережной, О.Б.Бигдай, О.В.Бережная, Киселева О.А. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 288 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010785-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/502176> (дата обращения: 30.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

5. Тавокин, Е. П. Социальная статистика [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Е. П. Тавокин. - Москва : Изд-во РАГС, 2001. 109 с. - ISBN 5-7729-0081 -1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/390733> (дата обращения: 30.05.2020). – Режим доступа: по подписке.

7.3. Интернет-ресурсы

1. <http://www.uis.unesco.org/Pages/default.aspx> - UNESCO Institute for Statistics - Статистический институт организации ООН по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО)

2. <http://www.cisstat.com/> - Межгосударственный статистический комитет СНГ

3. <http://www.gks.ru/> - Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации

4. <http://www.fedstat.ru/indicators/start.do> - Единая межведомственная информационно-статистическая система Единая межведомственная информационно-статистическая система

5. <http://statistika.ru/> -Официальный сайт Статистика.ру: Госкомстат, Росстат и государственные службы статистики РФ Статистика.ру: портал статистических данных

6. <http://stat.edu.ru/> -Портал «Статистика российского образования»

7. <http://wciom.ru/> -Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)

8. <http://www.levada.ru/> -Аналитический центр Юрия Левады

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
2. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>
3. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

Лицензионное ПО:

платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.