

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

Факультет среднего профессионального образования



«УТВЕРЖДАЮ»  
Декан факультета СПО, к.э.н.  
*Чернова* Чернова Н.А.  
«26» июня 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Экономика организации»**

для специальности среднего профессионального образования

**42.02.01 «Реклама»**

<u>Максимальная нагрузка по дисциплине, часов</u>	90
Аудиторные занятия, часов	60
в т.ч. лабораторно–практические занятия, часов	20
Самостоятельная работа, часов	30

Санкт-Петербург 2020

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе  
Федерального государственного образовательного стандарта по  
специальности среднего профессионального образования

42.02.01

код

Реклама

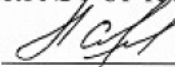
наименование специальности(ей)

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией

экономических дисциплин и рекламы

Протокол № 9 от 15.06.2020 г.


Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 7 от 24.06.2020 г.

Председатель:  /Березина С.А./

Разработчики:

Студеновская О.В., преподаватель высшей квалификационной категории

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама».

Программа учебной дисциплины может быть использована в профессиональных образовательных организациях при реализации программ подготовки специалистов среднего звена, повышения квалификации и переподготовки рабочих кадров и специалистов среднего звена по направлению 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело».

### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Учебная дисциплина «Экономика организации» является дисциплиной профессионального учебного цикла.

### 1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации;
- разрабатывать бизнес-план организации.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

### 1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальной учебной нагрузки 90 часов,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки 60 часов;

самостоятельной работы 30 часов.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>90</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>60</b>
в том числе:	
лабораторно-практические занятия	20
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>30</b>
<b>Промежуточная аттестация в форме экзамена в 4 семестре</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Введение</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Задачи и содержание дисциплины, связь с другими дисциплинами. Роль дисциплины в подготовке специалистов в современных условиях развития рыночных отношений.	2	1
<b>Раздел 1.</b>	<b>Организация, отрасль в условиях рынка.</b>	<b>14</b>	-
<b>Тема 1.1. Отраслевые особенности организации в рыночной экономике</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Народно-хозяйственный комплекс РФ. Структура национальной экономики РФ: сферы, сектора и отрасли экономики. Отраслевые особенности организации в условиях рынка.	2	1
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Изучить основные показатели работы рекламной и других отраслей в текущем году. Ознакомится с Общероссийским классификатором отраслей народного хозяйства (ОКОНХ).	2	2
<b>Тема 1.2 . Организация и предпринимательская деятельность</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Сущность предпринимательства. Субъекты и объекты предпринимательства. Виды предпринимательства. Понятие юридического лица и его основные признаки. Классификация юридических лиц. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности: хозяйственные товарищества и общества; производственный кооператив; унитарные предприятия. Некоммерческие организации.	4	1
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Ознакомиться с частью 1 ГК РФ. Изучить примеры действующих организационно-правовых форм предприятий.	6	2
<b>Раздел 2.</b>	<b>Организация - основной хозяйствующий субъект отрасли.</b>	<b>12</b>	-
<b>Тема 2.1. Понятие, признаки и задачи рекламной организации в рыночной экономике</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Понятие организации. Классификация организаций. Основные принципы работы рекламной организации в условиях рыночной экономики. Цели и задачи создания организаций. Функции организаций.	4	1
<b>Тема 2.2. Производственная, организационная и инфраструктура организации. Жизненный цикл организации</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Внешняя и внутренняя среда рекламной организации. Производственная структура организации, факторы, ее определяющие. Организационная и инфраструктура организации. Жизненный цикл организации.	2	1
	<b>Практическая работа №1:</b> Построение организационной структуры.	2	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Изучить виды организационных структур.	4	2

	Изучить цели различных рекламных организаций.		
<b>Раздел 3.</b>	<b>Ресурсы организации.</b>	<b>28</b>	<b>-</b>
<b>Тема 3.1 Основные средства (фонды) организации</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Капитал организации, его структура. Понятие, состав и структура основных средств, их классификация. Оценка основных средств. Износ и амортизация. Показатели использования основных средств: фондоотдача, фондоемкость продукции, фондовооруженность труда. Пути повышения эффективности использования основных средств.	4	1
	<b>Практическая работа № 2:</b> Расчет стоимости основных средств. Расчет амортизационных отчислений.	2	2
	<b>Практическая работа № 3:</b> Расчет показателей использования основных средств.	2	2
<b>Тема 3.2. Оборотные средства организации</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Понятие, классификация, состав и структура оборотных средств. Нормирование оборотных средств. Ускорение оборачиваемости. Определение потребности в оборотном капитале. Основы логистики. Пути повышения эффективности использования оборотных средств.	4	1
	<b>Практическая работа № 4:</b> Решение задач на расчет показателей использования оборотных средств.	2	2
<b>Тема 3.3. Трудовые ресурсы организации</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Кадры рекламной организации, их классификация. Кадровая политика организации и пути эффективного использования трудовых ресурсов. Качественная и количественная характеристика кадров организации. Методы определения потребности в персонале. Нормирование труда в организации. Виды норм труда. Понятие производительности труда: выработка, трудоемкость. Факторы и резервы роста производительности труда. Мотивация труда. Принципы и сущность заработной платы. Формы и системы оплаты труда. Особенности тарифной, бестарифной систем оплаты труда. Области применения различных форм оплаты труда. Особенности начисления заработной платы различных категорий работников. Планирование фонда оплаты труда.	6	1
	<b>Практическая работа № 5:</b> Определение потребности в персонале.	2	2
	<b>Практическая работа № 6:</b> Расчет заработной платы различным категориям персонала. Расчет фонда оплаты труда.	2	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Ознакомится с тарифно-квалификационными справочниками предприятий отрасли. Ознакомится с Трудовым кодексом РФ.	4	2
<b>Раздел 4.</b>	<b>Экономический механизм и основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации</b>	<b>34</b>	<b>-</b>



<p><b>Тема 4.1. Экономическая стратегия рекламной организации</b></p>	<p><b>Содержание учебного материала:</b>          Сущность стратегии организации. Последовательность процесса выработки стратегии. Показатели эффективности выбранной стратегии. Экономическая и функциональные стратегии. Разработка маркетинговой и товарной стратегии организации.</p>	2	1
	<p><b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>          Ознакомиться с примерами портфельных и деловых стратегий.          Изучить показатели конкурентоспособности организации.          Ознакомиться с ценовой политикой организации на различных рынках.          Подготовить сообщение по темам семинара.</p>	6	2
	<p><b>Практическая работа №7:</b>          Семинарское занятие на темы:          «Инновационная деятельность и инвестиционная политика предприятия».          «Понятие и значение качества, пути его повышения. Система показателей качества. Стандарты качества. Система управления качеством в организации».</p>	2	2
<p><b>Тема 4.2. Хозяйственная стратегия рекламной организации</b></p>	<p><b>Содержание учебного материала:</b>          Понятие и этапы разработки хозяйственной стратегии организации.          Два типа хозяйственных стратегий. Правила выбора хозяйственной стратегии. Понятие планирования. Методы планирования, используемые в организациях. Производственная программа и мощность. Необходимость бизнес-планирования организации. Стандарты ЮНИДО. Этапы разработки бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Содержание основных разделов бизнес-плана. Компьютерные программы, помогающие процессу бизнес-планирования.          Риски в предпринимательской деятельности.</p>	4	1
	<p><b>Практическая работа №8:</b>          Составление структуры бизнес-плана.          Написание основных разделов бизнес – плана.</p>	2	2
	<p><b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>          Изучить цели, задачи и функции бизнес - планирования. Научиться использовать различные структуры бизнес-планов.          Ознакомиться с различными видами и типами бизнес -проектов.          Изучить очередность удовлетворения требований кредиторов.</p>	4	2
<p><b>Тема 4.3. Себестоимость, цена, прибыль и рентабельность – основные показатели деятельности организации</b></p>	<p><b>Содержание учебного материала:</b>          Сущность и значение себестоимости, как экономической категории, и ее виды.          Классификация затрат на выпуск и реализацию продукции. Структура себестоимости и факторы, ее определяющие. Факторы и пути снижения себестоимости.          Сущность и функции цены как экономической категории. Виды цен. Структура цены.          Методы ценообразования.          Сущность прибыли, функции и роль прибыли в деятельности организации. Чистая прибыль и порядок ее формирования. Распределение и использование прибыли. Налогообложение</p>	6	1

	организаций. Рентабельность - показатель эффективности работы организации. Показатели рентабельности. Расчет уровня рентабельности производства и продукции. Пути повышения рентабельности. Понятие безубыточности, график безубыточности. Расчет и нормативные значения показателей финансовой устойчивости организации.		
	<b>Практическая работа № 9:</b> Расчет полной себестоимости продукции. Расчет прибыли и рентабельности продукции.	2	2
	<b>Практическая работа № 10:</b> Расчет показателей безубыточности и построение графика безубыточности.	2	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Освоить методику расчета основных технико-экономических показателей. Научиться строить график безубыточности.	4	2
<b>Итого:</b>		<b>90</b>	-

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины предполагает наличие учебного кабинета.

Оборудование в соответствии с Распоряжением декана факультета СПО № 11-СПО-5/17 от 07.03.2017г.

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

##### Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

- 1 Арзуманова, Т. И. Экономика организации / Арзуманова Т.И., Мачабели М.Ш. - Москва : Дашков и К, 2018. - 240 с.: ISBN 978-5-394-02049-0. - Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/430313>

Дополнительные источники:

- 1 Носова, С.С. Основы экономики: учебник. Изд. 7-е, перераб./ С.С. Носова. М.: КноРус, 2016. 312 с. <http://e.lanbook.com/book/53514>
- 2 Слагода В.Г. Экономика: Учебное пособие - 3-е изд., перераб. и доп./ В.Г. Слагода. М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2017. 240 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=424708>
- 3 М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2016. 448 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=512676>

Интернет-ресурсы:

- 1 <http://eur.ru> Библиотека экономической и управленческой литературы
- 2 [www.laboratory.ru](http://www.laboratory.ru) Laboratory. Ru – библиотека электронных текстов, статей и справочных материалов по науке и технике
- 3 <http://econom.nsc.ru> Виртуальная Экономическая Библиотека
- 4 <http://economics-online.org> Каталог ресурсов по экономике
- 5 <http://www.economicus.ru> Портал по экономике – проект института «Экономическая школа»
- 6 <https://www.eg-online.ru> АКДИ «Экономика и жизнь»
- 7 <http://www.ecotrends.ru> Всероссийский экономический журнал
- 8 <http://www.vopreco.ru> Вопросы экономики

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий (лабораторных работ), а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<b>Умения</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>– определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации;</li><li>– разрабатывать бизнес-план организации.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– экспертная оценка выполнения практических заданий;</li><li>– тестовые задания по темам;</li><li>– контрольные работы;</li><li>– экзамен.</li></ul>
<b>Знания</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>– экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</li><li>– основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;</li><li>– пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– тестовые задания по темам;</li><li>– контрольные работы;</li><li>– экзамен.</li></ul>

## Аннотация

Рабочая программа учебной дисциплины «Экономика организации» является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама».

Программа учебной дисциплины может быть использована в профессиональных образовательных организациях при реализации программ подготовки специалистов среднего звена, повышения квалификации и переподготовки рабочих кадров и специалистов среднего звена по направлению 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело».

Учебная дисциплина «Экономика организации» является дисциплиной профессионального учебного цикла.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации;
- разрабатывать бизнес-план организации.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: обязательной аудиторной учебной нагрузки, часов - 60.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена в 4 семестре.

Язык обучения по дисциплине: русский.