

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.
Н.А. Чернова
«22» июня 2022 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 2022

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 № 10 от 14.06.2022 г.

Председатель:  / Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 8 от 15.06.2022 г.

Председатель:  /Шелешнева С.М./

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

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

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины организуется путем проведения практических занятий и (или) лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

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
Введение	Содержание учебного материала: Задачи и содержание дисциплины, связь с другими дисциплинами. Роль дисциплины в подготовке специалистов в современных условиях развития рыночных отношений.	2	1
Раздел 1.	Организация, отрасль в условиях рынка.	14	-
Тема 1.1. Отраслевые особенности организации в рыночной экономике	Содержание учебного материала: Народно-хозяйственный комплекс РФ. Структура национальной экономики РФ: сферы, сектора и отрасли экономики. Отраслевые особенности организации в условиях рынка.	2	1
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучить основные показатели работы рекламной и других отраслей в текущем году. Ознакомится с Общероссийским классификатором отраслей народного хозяйства (ОКОНХ).	2	2
Тема 1.2 . Организация и предпринимательская деятельность	Содержание учебного материала: 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
	Самостоятельная работа обучающихся: Ознакомиться с частью 1 ГК РФ. Изучить примеры действующих организационно-правовых форм предприятий.	6	2
Раздел 2.	Организация - основной хозяйствующий субъект отрасли.	12	-
Тема 2.1. Понятие, признаки и задачи рекламной организации в рыночной экономике	Содержание учебного материала: Понятие организации. Классификация организаций. Основные принципы работы рекламной организации в условиях рыночной экономики. Цели и задачи создания организаций. Функции организаций.	4	1
Тема 2.2. Производственная, организационная и инфраструктура организации. Жизненный цикл организации	Содержание учебного материала: Внешняя и внутренняя среда рекламной организации. Производственная структура организации, факторы, ее определяющие. Организационная и инфраструктура организации. Жизненный цикл организации.	2	1
	Практическая работа №1: Построение организационной структуры.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучить виды организационных структур. Изучить цели различных рекламных организаций.	4	2

Раздел 3.	Ресурсы организации.	28	-
Тема 3.1 Основные средства (фонды) организации	Содержание учебного материала: 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
	Практическая работа № 2: Расчет стоимости основных средств. Расчет амортизационных отчислений.	2	2
	Практическая работа № 3: Расчет показателей использования основных средств.	2	2
Тема 3.2. Оборотные средства организации	Содержание учебного материала: 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
	Практическая работа № 4: Решение задач на расчет показателей использования оборотных средств.	2	2
Тема 3.3. Трудовые ресурсы организации	Содержание учебного материала: 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
	Практическая работа № 5: Определение потребности в персонале.	2	2
	Практическая работа № 6: Расчет заработной платы различным категориям персонала. Расчет фонда оплаты труда.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Ознакомится с тарифно-квалификационными справочниками предприятий отрасли. Ознакомится с Трудовым кодексом РФ.	4	2
Раздел 4.	Экономический механизм и основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации	34	-
Тема 4.1. Экономическая	Содержание учебного материала:	2	1

стратегия рекламной организации	Сущность стратегии организации. Последовательность процесса выработки стратегии. Показатели эффективности выбранной стратегии. Экономическая и функциональные стратегии. Разработка маркетинговой и товарной стратегии организации.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Ознакомиться с примерами портфельных и деловых стратегий. Изучить показатели конкурентоспособности организации. Ознакомиться с ценовой политикой организации на различных рынках. Подготовить сообщение по темам семинара.	6	2
	Практическая работа №7: 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».	2	2
Тема 4.2. Хозяйственная стратегия рекламной организации	Содержание учебного материала: 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.	4	1
	Практическая работа №8: Составление структуры бизнес-плана. Написание основных разделов бизнес – плана.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся: 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.	4	2
Тема 4.3. Себестоимость, цена, прибыль и рентабельность – основные показатели деятельности организации	Содержание учебного материала: 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 организаций. Рентабельность - показатель эффективности работы организации. Показатели рентабельности. Расчет уровня рентабельности производства и продукции. Пути повышения рентабельности. Понятие безубыточности, график безубыточности. Расчет и	6	1

	нормативные значения показателей финансовой устойчивости организации.		
	Практическая работа № 9: Расчет полной себестоимости продукции. Расчет прибыли и рентабельности продукции.	2	2
	Практическая работа № 10: Расчет показателей безубыточности и построение графика безубыточности.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Освоить методику расчета основных технико-экономических показателей. Научиться строить график безубыточности.	4	2
Итого:		90	-

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

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения: кабинет экономики и менеджмента.

Оборудование в соответствии с Распоряжением декана факультета СПО № 11-СПО-01/21 от 11.01.2021.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

- 1 Фридман, А. М. Экономика организации : учебник / А.М. Фридман. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. — 239 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI: <https://doi.org/10.12737/1705-0>. - ISBN 978-5-369-01729-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1850707>

Дополнительные источники:

- 1 Сафронов, Н. А. Экономика организации (предприятия) : учебник для среднего профессионального образования / Н.А. Сафронов. — 2-е изд., с изм. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 256 с. - ISBN 978-5-9776-0059-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1864065>
- 2 Кнышова, Е. Н. Экономика организации : учебник / Е. Н. Кнышова, Е. Е. Панфилова. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 335 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0696-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1197275>

Интернет-ресурсы:

- 1 <http://eur.ru> Библиотека экономической и управленческой литературы
- 2 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.

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