

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* Н.А. Чернова  
«23» июня 2021 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 2021

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 13.05.2021 г.

Председатель:  / Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 7 от 16.06.2021 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	13

# **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
<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>	

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	<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
Раздел 1.	<b>Организация, отрасль в условиях рынка.</b>	14	-
Тема 1.1. Отраслевые особенности организации в рыночной экономике	<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
Тема 1.2 . Организация и предпринимательская деятельность	<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
Раздел 2.	<b>Организация - основной хозяйствующий субъект отрасли.</b>	12	-
Тема 2.1. Понятие, признаки и задачи рекламной организации в рыночной экономике	<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
Тема 2.2. Производственная, организационная и инфраструктура организации. Жизненный цикл организации	<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. Изучить цели различных рекламных организаций.	4	2

<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>
<b>Тема 4.1. Экономическая</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	2	1



<b>стратегия рекламной организации</b>	Сущность стратегии организации. Последовательность процесса выработки стратегии. Показатели эффективности выбранной стратегии. Экономическая и функциональные стратегии. Разработка маркетинговой и товарной стратегии организации.		
	<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.	6	2
	<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».	2	2
<b>Тема 4.2. Хозяйственная стратегия рекламной организации</b>	<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.	4	1
	<b>Практическая работа №8:</b> Составление структуры бизнес-плана. Написание основных разделов бизнес – плана.	2	2
	<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.	4	2
<b>Тема 4.3. Себестоимость, цена, прибыль и рентабельность – основные показатели деятельности организации</b>	<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 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.		
	<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-01/21 от 11.01.2021.

#### **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 Слагода, В. Г. Экономика: Учебное пособие / В.Г. Слагода. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Форум, 2019. - 240 с.: - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-924-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1013422>
- 2 Системы управления инновационно-инвестиционной деятельностью промышленных организаций и подготовкой машиностроительного производства : монография / Р. С. Голов, А. В. Рождественский, А. П. Агарков [и др.] ; под ред. д.э.н.. проф. Р. С. Голова, д.э.н.. проф. А. В. Рождественского. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 446 с. - ISBN 978-5-394-03493-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091541>

Интернет-ресурсы:

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



#### 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>