

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИНЖЕНЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»**

**ФАКУЛЬТЕТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

## **ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

**Методические указания  
к выполнению практических работ**

**Для обучающихся по специальности  
43.02.15 Поварское и кондитерское дело**

Воронеж  
2022

УДК 335

**Основы экономики, менеджмента и маркетинга**  
[Электронный ресурс] : методические указания к выполнению  
практических работ для обучающихся по специальности 43.02.15  
«Поварское и кондитерское дело» /Воронеж.гос.ун-т.инж.  
технол.; сост. Г.В. Мезенцева. – Воронеж: ВГУИТ, 2022 – 34 с. -  
[ЭИ]

Методические указания разработаны в соответствии с требованиями  
ФГОС СПО по специальности 43.02.15 «Поварское и кондитерское дело».  
Предназначены для закрепления теоретических знаний и практических навыков  
дисциплин общепрофессионального цикла.

Библиогр.: 13 назв.

Составитель: преподаватель Г.В. Мезенцева

Научный редактор декан ФСПО Е.В. Асмолова

Рекомендуется к размещению  
в ЭОС и ЭБ ВГУИТ

© Мезенцева Г.В., 2022

© ФГБОУ ВО «Воронеж.  
гос. ун-т инж. технол.», 2022

## ОБЩИЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Целями освоения дисциплины ОП.05 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является подготовка выпускника к выполнению и решению профессиональных задач.

Выпускник должен обладать следующими видами деятельности:

организация и ведение процессов приготовления и подготовки к реализации полуфабрикатов для блюд, кулинарных изделий сложного ассортимента;

организация и ведение процессов приготовления, оформления и подготовки к реализации горячих блюд, кулинарных изделий, закусок сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания;

организация и ведение процессов приготовления, оформления и подготовки к реализации холодных блюд, кулинарных изделий, закусок сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания;

организация и ведение процессов приготовления, оформления и подготовки к реализации холодных и горячих десертов, напитков сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания;

организация и ведение процессов приготовления, оформления и подготовки к реализации хлебобулочных, мучных кондитерских изделий сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания;

организация и контроль текущей деятельности подчиненного персонала.

Область профессиональной деятельности, в которой выпускники, освоившие образовательную программу, могут

осуществлять профессиональную деятельность: 33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.)<sup>1</sup>.

Методические указания обеспечивают следующие компетенции при подготовке специалистов среднего звена по направлению 43.02.15 «Поварское и кондитерское дело»:

Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам (ОК 1).

Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности (ОК 2).

Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие (ОК 3).

Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами (ОК 4).

Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста (ОК 5).

Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей (ОК 6).

Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях (ОК 7).

Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности (ОК 9).

Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке (ОК 10).

Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере (ОК 11).

---

<sup>1</sup> Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29 сентября 2014 г. № 667н «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов профессиональной деятельности)» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 19 ноября 2014 г., регистрационный № 34779).

Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления полуфабрикатов в соответствии с инструкциями и регламентами (ПК 1.1).

Осуществлять обработку, подготовку экзотических и редких видов сырья: овощей, грибов, рыбы, нерыбного водного сырья, дичи (ПК 1.2).

Проводить приготовление и подготовку к реализации полуфабрикатов для блюд, кулинарных изделий сложного ассортимента (ПК 1.3).

Осуществлять разработку, адаптацию рецептур полуфабрикатов с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 1.4).

Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления горячих блюд, кулинарных изделий, закусок сложного ассортимента в соответствии с инструкциями и регламентами (ПК 2.1).

Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации супов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 2.2).

Осуществлять приготовление, непродолжительное хранение горячих соусов сложного ассортимента (ПК 2.3).

Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд и гарниров из овощей, круп, бобовых, макаронных изделий сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 2.4).

Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из яиц, творога, сыра, муки сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 2.5).

Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из рыбы, нерыбного водного сырья сложного ассортимента с учетом потребностей

различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 2.6).

Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из мяса, домашней птицы, дичи и кролика сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 2.7).

Осуществлять разработку, адаптацию рецептур горячих блюд, кулинарных изделий, закусок, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 2.8).

Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления холодных блюд, кулинарных изделий, закусок в соответствии с инструкциями и регламентами (ПК 3.1).

Осуществлять приготовление, непродолжительной хранение холодных соусов, заправок с учётом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 3.2).

Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации салатов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 3.3).

Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации канапе, холодных закусок сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 3.4).

Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных блюд из рыбы, нерыбного водного сырья сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 3.5).

Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных блюд из мяса, домашней птицы, дичи сложного ассортимента с учетом потребностей

различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания. (ПК 3.6).

Осуществлять разработку, адаптацию рецептов холодных блюд, кулинарных изделий, закусок, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 3.7).

Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления холодных и горячих сладких блюд, десертов, напитков в соответствии с инструкциями и регламентами(ПК 4.1).

Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных десертов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 4.2).

Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих десертов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 4.3).

Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных напитков сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 4.4).

Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих напитков сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 4.5).

Осуществлять разработку, адаптацию рецептов холодных и горячих десертов, напитков, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 4.6)

Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления хлебобулочных, мучных кондитерских изделий разнообразного ассортимента в соответствии с инструкциями и регламентами (ПК 5.1).

Осуществлять приготовление, хранение отделочных полуфабрикатов для хлебобулочных, мучных кондитерских изделий (ПК 5.2).

Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации хлебобулочных изделий и праздничного хлеба сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 5.3).

Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации мучных кондитерских изделий сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 5.4).

Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации пирожных и тортов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 5.5).

Осуществлять разработку, адаптацию рецептур хлебобулочных, мучных кондитерских изделий, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей (ПК 5.6).

Осуществлять разработку ассортимента кулинарной и кондитерской продукции, различных видов меню с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания (ПК 6.1).

Осуществлять текущее планирование, координацию деятельности подчиненного персонала с учетом взаимодействия с другими подразделениями (ПК 6.2).

Организовывать ресурсное обеспечение деятельности подчиненного персонала (ПК 6.3).

Осуществлять организацию и контроль текущей деятельности подчиненного персонала (ПК 6.4).

Осуществлять инструктирование обучение поваров, кондитеров, пекарей и других категорий работников кухни на рабочем месте (ПК 6.5).



## Практическая работа №1

Тема: «Расчёт прибыли и рентабельности продукции».

Цель: научиться проводить оценку экономической эффективности предприятия; порядок расчета прибыли и рентабельности предприятия.

Задание для самостоятельной работы.

### Задача 1.

На оборудование производственного комбината было затрачено 35 млн.дол., что должно полностью окупиться за 5 лет. Ежегодные затраты на сырьё, топливо и материалы составляют 3 млн.дол., на рабочую силу – 1,5 млн.дол. Каждый год выручка от продажи составляет 13 млн.дол. Найти сумму ежегодной прибыли комбината.

### Задача 2.

Предприниматель оборудовал сервисное предприятие, израсходовав на это 800 тыс.дол. Ежегодные затраты на сырьё, топливо, материалы составляют 250 тыс.дол., на рабочую силу – 90 тыс.дол. Каждый год он продаёт товары на сумму 700 тыс.дол. Какой годовой доход получает предприниматель, если затраты на оборудование предприятия должны окупиться за 10 лет.

### Задача 3.

На оптовый склад швейного комбината завезены юбки женские, объём продаж которых в течение полугодия – 150 млн.руб. Определите среднемесячную эффективность мероприятия при условии, что прибыль в среднем на 1 млн.руб. товарооборота условно равна 11 тыс.руб.

### Задача 4.

На выставке-продаже завезено и реализовано товаров на 180 млн.руб. Накладные расходы, связанные с проведением выставки-продажи составили 360 тыс.руб. Определите совокупный экономический эффект мероприятия при условии, что прибыль в среднем на 1 млн. руб. товарооборота условно равна 11 тыс.руб.

По всем задачам рассчитайте рентабельность.

Сделайте вывод.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое прибыль предприятия, из каких элементов она складывается?
2. Каков порядок расчёта прибыли?
3. Понятие рентабельности, порядок её расчёта.

Практическая работа №2.

Тема: «Провести сравнительную характеристику экономических систем».

Цель: рассмотреть характерные черты экономических систем, их достоинства и недостатки.

Задание для самостоятельной работы: заполните приведённую ниже таблицу.

Тип экономической системы	Владение капиталом и землёй	Распределение рыночных ресурсов	Достоинства системы	Недостатки системы
Традиционная				
Командная (социализм)				
Рыночная (капитализм)				
Смешанная				

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие типы экономических систем Вы знаете?
2. Какие признаки лежат в основе традиционной, командной, рыночной и смешанной экономических систем?
3. Охарактеризуйте типы экономических систем, укажите их достоинства и недостатки.

Практическая работа №3

Тема: «Расчет семейного бюджета».

Цель: рассмотреть источники доходов семьи и основные виды расходов.

Задание для самостоятельной работы.

Рассчитайте бюджет семьи за месяц, заполнив таблицу. В доходной части отразите все денежные поступления в семейный

бюджет; в расходной – основные виды расходов (обязательные платежи, продукты питания, приобретение товаров и услуг, транспортные расходы и др.). Сделайте вывод: каким оказался бюджет семьи: дефицитным или профицитным.

Доходы семьи за месяц	Расходы семьи за месяц
--------------------------	---------------------------

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое бюджет, из каких частей он состоит?
2. Охарактеризуйте доходную часть бюджета.
3. Охарактеризуйте расходную часть бюджета.
4. Что означает дефицит бюджета; профицит бюджета?

#### Практическая работа №4

Тема: «Расчёт заработной платы в зависимости от формы оплаты труда».

Цель: изучить формы оплаты труда.

Задание для самостоятельной работы.

Задание №1.

Рассчитайте диапазон тарифной сетки, абсолютное и относительное возрастание тарифных коэффициентов на основе следующих данных:

Разряды оплаты труда	Тарифные коэффициенты	Разряды оплаты труда	Тарифные коэффициенты
1	1,00	10	3,27
2	1,36	11	3,68
3	1,59	12	4,18
4	1,73	13	4,73
5	1,82	14	5,32
6	2,0	15	6,0
7	2,27	16	6,68
8	2,54	17	7,41
9	2,91	18	8,23

#### Задание №2.

Повар 3 разряда изготовил за месяц 5300 пирожных. Сдельная расценка за изготовление единицы изделия составляет 3,75 . Определите зарплату повара по прямой сдельной системе оплаты труда. Какова будет зарплата повара при сдельно-премиальной системе оплаты труда, если его месячная премия составит 2500 рублей.

#### Задание №3.

Начальнику отдела кадров организации установлен должностной оклад в размере 5400 рублей, оператору котельной - тарифная ставка по 4-му разряду в размере 3600 рублей. При месячной норме рабочего времени в 160 часов (20 рабочих дней) работниками отработано:

- начальником отдела кадров — 16 рабочих дней;
- оператором котельной — 152 часа.

Рассчитать заработную плату работников за месяц при простой повременной оплате труда.

#### Задание №4.

Начальнику отдела кадров организации установлен должностной оклад в размере 5400 рублей, оператору котельной — тарифная ставка по 4-му разряду в размере 3600 рублей. Согласно разработанному в организации положению о премировании и на основании приказа (распоряжения) администрации начальнику отдела кадров за отчетный месяц установлена выплата премии в размере 50 процентов от должностного оклада, а оператору котельной – в размере 1500 руб. Рассчитать заработную плату работников за месяц при повременно- премиальной оплате труда.

#### Задание №5.

Токарь 6-го разряда за отчетный месяц изготовил 320 единиц продукции А и 150 единиц продукции Б. Выполненные работы отнесены (протарифицированы) к 6-му разряду тарифной сетки, используемой в организации. За выполненные работы по 6-му разряду на предприятии установлены следующие расценки: по продукции А – 15 руб.; по продукции Б – 20 руб. Рассчитать

заработную плату работника за месяц при прямой сдельной форме оплаты труда.

Задание №6.

Токарь 6-го разряда за отчетный месяц изготовил 320 единиц продукции А и 150 единиц продукции Б. Выполненные работы отнесены (протарифицированы) к 6-му разряду тарифной сетки, используемой в организации. За выполненные работы по 6-му разряду на предприятии установлены следующие расценки: по продукции А – 15 руб.; по продукции Б – 20 руб. За выполнение норм выработки согласно приказу (распоряжению) администрации установлена выплата премии в размере 40 процентов. Рассчитать заработную плату работника за месяц при сдельно-премиальной оплате труда.

Задание №7.

Токарь 6-го разряда за отчетный месяц изготовил 320 единиц продукции А и 150 единиц продукции Б. Выполненные работы отнесены (протарифицированы) к 6-му разряду тарифной сетки, используемой в организации. За выполнение норм выработки согласно приказу (распоряжению) администрации установлена выплата премии в размере 40 процентов. В организации установлены следующие повышенные расценки на продукцию, выработанную сверх нормы: по продукции А – 18 руб. сверх 250 ед.; по продукции Б – 22 руб. сверх 125 ед. Рассчитать заработную плату работника за месяц при сдельно-прогрессивной оплате труда.

Задание №8.

Слесарь-ремонтник, оплачиваемый по косвенно-сдельной системе оплаты, обслуживает трех основных рабочих. Его дневная тарифная ставка (Сд) — 280 руб., сменная норма выработки обслуживаемых им основных рабочих — по 10 изделий. Фактически основными рабочими изготовлено за месяц 700 шт. Определить косвенную сдельную расценку и сдельный заработок за месяц.

Задание №9.

Бригада работников в составе трех человек выполнила ремонтные работы по наладке оборудования в химическом цехе, вознаграждение за которые, согласно полученному аккордному заданию и смете, составило 22500 руб. Согласно данным о фактически отработанном рабочем времени, каждый из работников отработал: работник А - 166 часов; работник Б - 170 часов; работник В - 160 часов. Рассчитать заработную плату каждого работника бригады при условии, что тарифные разряды работников равны.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие формы и системы оплаты труда Вы знаете?
2. Охарактеризуйте тарифную, сдельную, повременную формы оплаты труда.
3. В чём отличие сдельно-премиальной формы оплаты труда от сдельно-прогрессивной?

#### Практическая работа № 5

Тема: «Расчет длительности производственного цикла».

Цель: научиться рассчитывать длительность производственного цикла в зависимости от типа организации производственного процесса.

Задание для самостоятельной работы.

Задача 1.

Вычислить длительность производственного цикла при последовательном сочетании операций на основе следующих данных:

Партия из 4-х заготовок обрабатывается на четырёх операциях с длительностью обработки одной заготовки:

T1 – 9 мин.

T2 – 4 мин.

T3 – 6 мин.

T4 – 3 мин.

Задача 2.

Определите длительность производственного цикла при параллельном движении передачи заготовок на последующую

операцию, используя данные, приведённые в задаче 1, при условии, что время обработки на главной операции  $T_1 = 9$  минут.

Задача 3.

Определите длительность производственного цикла при параллельно-последовательном движении заготовок с операции на операцию, используя данные задачи 1.

Сделайте вывод.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое длительность производственного цикла?
2. Как рассчитывается длительность производственного цикла при последовательном движении передачи деталей на последующую операцию?
3. Как рассчитывается длительность производственного цикла при параллельном движении передачи деталей на последующую операцию?
4. Как рассчитывается длительность производственного цикла при параллельно-последовательном движении передачи деталей с операции на операцию?
5. Какие существуют пути снижения длительности производственного цикла?

Практическая работа №6

Тема: «Сравнительная характеристика основных видов ценных бумаг».

Цель: рассмотреть виды ценных бумаг.

Задание для самостоятельной работы: заполните приведённую ниже таблицу.

Вид ценной бумаги	Характеристика ценной бумаги	Отличительные особенности ценной бумаги
-------------------	------------------------------	---

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие виды ценных бумаг Вы знаете?
2. Охарактеризуйте акции, облигации, векселя, чеки.
3. В чём отличие простой акции от привилегированной?

### Практическая работа №7

Тема: «Сравнительная характеристика основных стилей руководства».

Цель: рассмотреть преимущества и недостатки основных стилей руководства.

Задание для самостоятельной работы: заполните приведённую ниже таблицу.

Основные стили руководства	Характеристика	Преимущества	Недостатки
Авторитарный			
Либеральный			
Демократический			

Вопросы для самоподготовки:

1. Охарактеризуйте авторитарный, либеральный, демократический стили руководства.

2. В чём преимущества и недостатки основных стилей руководства?

### Практическая работа №8

Тема: «Рассмотрение мотивации работников на примере конкретных ситуаций».

Цель: сформировать знание о типах мотивации, научиться отличать типы мотивированности сотрудников.

Задание для самостоятельной работы.

Изучите теоретические сведения и обсудите типичные ошибки руководства при мотивировании сотрудников. Заполните таблицу в соответствии с заданием.

Ситуационные задачи:

Ситуация 1. Компания занимается продажами. Имеет очень большой штат торговых представителей. А вот возможностей для карьерного роста очень мало и эта тема не особо обсуждается в компании. Признаю, что эти сотрудники зарабатывают хорошие деньги (если хорошо работают, конечно). Но вот парадокс: 60% из них не задерживаются там дольше, чем на год. Почему? Я



опросила нескольких «звёздных» сотрудников, покинувших компанию. И получила один ответ: ты можешь быть супер-продавцом, или быть в числе отстающих. Кроме зарплаты не изменится ничего. И через год, и через два, и через пять ты будешь тем же самым торговым представителем, с тем же набором обязанностей, полномочий, ответственности.

Ситуация 2. Одного сотрудника в компании повысили, теперь выполняет контролирующую функцию, от результатов его проверки зависит оценка работы всех остальных сотрудников (в том числе зарплата). В результате все кого проверяют, оказались в группе, а проверяющий лишний. Его не приглашают на общие мероприятия, с ним не обсуждают новости, т.к. боятся сказать лишнее. Его игнорируют. В результате человек находится в постоянном стрессе.

Ситуация 3. В компании X общение между подчиненными и руководителем сводится к следующему: «Получи задание, выполняй, срок тебе два месяца. Сделал раньше? Получи другой проект! На выполнение два месяца». В течение двух месяцев команда уделяет семь недель соревнованиям по увлекательной компьютерной игре Counter Strike и две недели выполнению задания. Все проекты сдаются в срок. Всегда. Вопрос сотрудникам: за два месяца Вы можете выполнить несколько проектов, почему сдаете только один?.. Ответ: «На задание дают два месяца. Пробовали сдавать раньше – от них слова доброго не услышишь, никто не похвалит и руку не пожмёт. Только новой работой загрузят. Так зачем напрягаться?».

Ситуация 4. В компании X в течение двух месяцев не выплачивали премию. И никто с сотрудниками это не обсуждал. В это время компания должна была получить очень крупную сумму за один заказ, которая не только позволила бы выплатить все долги сотрудникам, но и продолжать успешно работать. Это тоже был Великий Секрет! В результате только в одном отделе уволились три сотрудника (50%), включая руководителя. Найти опытных специалистов в этой отрасли сложно, обучать новых до необходимой квалификации – долго.

### Анализ ситуационных задач

№п /п	Методы стимулирования сотрудников, используемые на производстве	Описание ошибки, допущенной руководителем при мотивированности	Тип мотивированности сотрудников	Управленческое решение по изменению ситуации на предприятиях для повышения мотивации сотрудников
-------	---	--	----------------------------------	--

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие типы мотивации сотрудников Вы знаете?
2. Охарактеризуйте методы стимулирования работников.
3. Назовите типичные ошибки руководства при мотивировании сотрудников.

### Практическая работа № 9

Тема: «Ознакомление с требованиями к специалисту по маркетингу и должностными характеристиками. Разработка предложений по их совершенствованию».

Цель: изучить требования к специалисту по маркетингу.

Задание для самостоятельной работы.

Изучите типовой образец должностной инструкции специалиста по маркетингу. Разработайте должностную характеристику специалиста по маркетингу для конкретной организации. Внесите предложения по совершенствованию рассматриваемых требований.

Типовой образец

Утверждаю  
\_\_\_\_\_  
(инициалы, фамилия)  
(наименование организации, предприятия и т.п., его  
организационно-правовая форма) (директор или иное  
должностное лицо, уполномоченное утверждать должностную  
инструкцию)

" " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

М.П.

Должностная инструкция  
специалиста по маркетингу

\_\_\_\_\_  
(наименование организации, предприятия и т.п.)

" " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. N \_\_\_\_\_

Настоящая должностная инструкция разработана и  
утверждена на основании трудового договора с

\_\_\_\_\_  
(наименование должности лица, на которого составлена  
настоящая должностная инструкция)

и в  
соответствии с положениями Трудового кодекса Российской  
Федерации и иных нормативных актов, регулирующих трудовые  
правоотношения в Российской Федерации.

#### I. Общие положения

1.1. Специалист по маркетингу относится к категории  
специалистов, который принимается на работу и увольняется с  
нее приказом директора предприятия по представлению  
начальника отдела маркетинга.

1.2. Специалист по маркетингу непосредственно подчиняется  
начальнику отдела маркетинга.

1.3. На должность специалиста по маркетингу назначается  
лицо, имеющее высшее профессиональное (экономическое)  
образование, без предъявления требований к стажу работы,  
или высшее профессиональное образование и дополнительную

подготовку по маркетингу, без предъявления требований к стажу работы.

1.4. На время отсутствия специалиста по маркетингу его обязанности выполняет заместитель, назначаемый в установленном порядке, который приобретает соответствующие права и несет ответственность за своевременное и качественное исполнение возложенных на него обязанностей.

1.5. В своей деятельности специалист по маркетингу руководствуется:

- законодательными и нормативными актами по вопросам маркетинга;

- методическими материалами, касающимися соответствующих вопросов;

- уставом предприятия;

- правилами трудового распорядка;

- приказами и распоряжениями директора предприятия и непосредственного руководителя.

- настоящей должностной инструкцией.

1.6. Специалист по маркетингу должен знать:

- законодательные и нормативные акты, а также методические материалы по маркетингу;

- рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики;

- конъюнктуру внутреннего и внешнего рынка;

- методы проведения маркетинговых исследований;

- основы менеджмента;

- организационно-правовой статус предприятия, перспективы его развития;

- опыт аналогичных отечественных и зарубежных фирм;

- этику делового общения;

- технологию производства выпускаемой продукции, выполняемых работ (услуг);

- методы расчета прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства;

- ценообразование и ценовую политику;
- организацию торгово-сбытовой деятельности, производства, труда и управления;
- методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития;
- формы учетных документов и порядок составления отчетности;
- технические средства сбора и обработки информации, связи и коммуникаций;
- компьютерные технологии и операционные системы;
- организацию рекламного дела;
- гражданское и трудовое законодательство;
- правила и нормы охраны труда.

## II. Функции

На специалиста по маркетингу возлагаются следующие функции:

- 2.1. Содействие сбалансированному развитию производства и сферы услуг;
- 2.2. Участие в разработке маркетинговой и ценовой политики.
- 2.3. Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг.
- 2.4. Участие в подготовке, переподготовке и повышении квалификации управленческих кадров с учетом требований рыночной экономики.

## III. Должностные обязанности

Для выполнения возложенных на него функций специалист по маркетингу обязан:

- 3.1. Осуществлять разработку мер по производству продукции (товара) и оказанию услуг, которые находят наибольший спрос и рынок сбыта.
- 3.2. Содействовать сбалансированному развитию производства и сферы услуг, готовить предложения по выбору и изменению направлений развития товарного ассортимента, производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности.

3.3. Участвовать в разработке маркетинговой политики, определении цен, создавать условия для планомерной реализации товара и расширения оказываемых услуг, удовлетворения спроса покупателей (клиентов) на товары и услуги.

3.4. Изучать рынок аналогичных товаров и услуг (анализ спроса и потребления, их мотиваций и колебаний, деятельности конкурентов) и тенденций его развития.

3.5. Прогнозировать объем продажи и формировать потребительский спрос на товары и услуги, выявлять наиболее эффективные рынки сбыта, а также требования к качественным характеристикам товара (способ его производства, срок службы, правила пользования, упаковку) или оказываемой услуги.

3.6. Исследовать факторы, влияющие на сбыт товара и имеющие значение для успешной реализации оказываемых услуг, типы спроса (устойчивый, ажиотажный, кратковременный и др.), причины его повышения и снижения, дифференциацию покупательной способности населения.

3.7. Совершенствовать информационное обеспечение проводимых исследований рынка.

3.8. Разрабатывать программы по формированию спроса и стимулированию сбыта, рекомендации по выбору рынка в соответствии с имеющимися ресурсами.

3.9. Определять меры, готовить предложения и разрабатывать рекомендации по повышению качества и улучшению потребительских свойств товаров и услуг, перспективы освоения новой продукции и рынков сбыта с учетом социально-демографических особенностей различных групп населения, состояния и динамики их доходов, традиций и вкусов, а также необходимые для этого затраты всех видов ресурсов, включая сырье, материалы, энергию, кадры.

3.10. Анализировать конкурентную среду с учетом изменений в налоговой, ценовой и таможенной политике государства, объем оборота, прибыль от продажи,

конкурентоспособность, скорость реализации, факторы, влияющие на сбыт.

3.11. Вести контроль за сбытом, проводить сопоставление запланированных данных с полученными результатами по объему, выручке, времени сбыта (оказания услуг) и территории их распространения, выявлять отклонения и изменения конъюнктуры рынка.

3.12. Обеспечивать рост эффективности предпринимательской деятельности, прибыли и доходов, повышение конкурентоспособности товаров и услуг.

3.13. Принимать участие в подготовке, переподготовке и повышении квалификации управленческих кадров с учетом требований рыночной экономики.

3.14. Выполнять отдельные служебные поручения своего непосредственного руководителя.

#### IV. Права

Специалист по маркетингу имеет право:

4.1. Знакомиться с проектами решений руководства предприятия, касающимися его деятельности.

4.2. Вносить на рассмотрение руководства предложения по совершенствованию работы, связанной с обязанностями, предусмотренными настоящей инструкцией.

4.3. Получать от руководителей структурных подразделений, специалистов информацию и документы по вопросам, входящим в его компетенцию.

4.4. Привлекать специалистов всех структурных подразделений предприятия для решения возложенных на него обязанностей (если это предусмотрено положениями о структурных подразделениях, если нет – с разрешения руководителя предприятия).

4.5. Требовать от руководства предприятия оказания содействия в исполнении своих должностных обязанностей и прав.

#### V. Ответственность

Специалист по маркетингу несет ответственность:

5.1. За неисполнение (ненадлежащее исполнение) своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, в пределах, определенных трудовым законодательством Российской Федерации.

5.2. За совершенные в процессе осуществления своей деятельности правонарушения - в пределах, определенных административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.

5.3. За причинение материального ущерба - в пределах, определенных трудовым, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.

Должностная инструкция разработана в соответствии с \_\_\_\_\_ (наименование, номер и дата документа)

\_\_\_\_\_  
Руководитель структурного  
подразделения

(инициалы, фамилия)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

" " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Согласовано:

Начальник юридического отдела  
(инициалы, фамилия)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

" " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

С инструкцией ознакомлен: (инициалы, фамилия)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

" " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные функции специалиста по маркетингу.
2. Должностные обязанности специалиста по маркетингу.
3. Какие права специалиста по маркетингу Вы знаете?
4. Какую ответственность несёт специалист по маркетингу?



## Практическая работа № 10

Тема: «Установление основных видов потребностей и товаров – как средств их удовлетворения».

Цель: изучить основные объекты маркетинговой деятельности.

Задание для самостоятельной работы.

### Задание №1.

Выберите несколько потребностей и подберите товары (услуги), удовлетворяющие данные потребности разными способами.

Заполните таблицу на основании своих ответов.

Потребности	Способы удовлетворения			
	Индивидуальные потребности	Совместно (небольшой группой)	Совместно (относительно небольшой группой)	Массовое потребление
Физиологические				
Самовыражение				
Социальные				

### Задание №2.

Определить потребности и товары, их удовлетворяющие, по следующим критериям:

1. По возрасту;
2. По доходу;
3. По полу;
4. По семейному положению.

Потребность	Товар			
	16 – 23 лет	25 – 35 лет	35 – 45 лет	Старше 50 лет
1.				
2.				
3.				

	Малоимущие	Средний доход	Высокий доход	
1.				
2.				
3.				
	Женщины	Мужчины		
1.				
2.				
3.				
	Холост	Молодая семья	Большая семья со стажем	
1.				
2.				
3.				

### Задание №3.

Приведите примеры потребностей, удовлетворяемых с различной частотой. Укажите товары, удовлетворяющие эти потребности:

- потребность, удовлетворяемая ежедневно;
- потребность, удовлетворяемая один раз в неделю;
- потребность, удовлетворяемая один раз в месяц;
- потребность, удовлетворяемая один раз в год;
- потребность, удовлетворяемая один раз в 5 лет; в 10 лет;
- потребность, удовлетворяемая чрезвычайно редко.

Вопросы для самоподготовки:

- Назовите и охарактеризуйте основные виды потребностей.
- Какие критерии оказывают влияние на изменение потребностей?
- Приведите примеры товаров, как средств удовлетворения ежедневных потребностей; потребностей, удовлетворяемых с различной частотой.

### Практическая работа № 11

Тема: «Анализ окружающей среды предприятия».

Цель: изучить окружающую среду маркетинга на примере конкретной торговой организации.

Задание для самостоятельной работы.

Провести анализ окружающей среды предприятия на примере конкретной торговой организации. Определить субъекты и факторы окружающей среды. Указать, какое влияние они могут оказать на деятельность предприятия.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите субъекты окружающей среды предприятия.
2. Охарактеризуйте факторы окружающей среды предприятия.
3. Определите влияние субъектов и факторов окружающей среды на деятельность предприятия.

### Практическая работа № 12

Тема: «Оценка конкурентоспособности организации и установление ее конкурентных преимуществ».

Цель: изучить слагаемые конкурентных преимуществ организации.

Задание для самостоятельной работы.

Провести анализ конкурентоспособности предприятия на примере конкретной торговой организации. Определить конкурентов. Установить конкурентные преимущества рассматриваемой торговой организации.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основных конкурентов рассматриваемой торговой организации.
2. Какие сильные и слабые стороны рассматриваемой торговой организации Вы можете назвать?
3. Какие Вы видите угрозы со стороны конкурентов для рассматриваемой торговой организации?

4. Какие конкурентные преимущества рассматриваемой торговой организации Вы установили?

### Практическая работа № 13

Тема: «Ценовая политика организации. Формирование розничных и оптовых цен».

Цель: изучить порядок формирования розничной цены, учитывая цены конкурентов.

Задание для самостоятельной работы.

Сформировать ассортимент книжной продукции. Установить цену на книги, учитывая цены конкурентов. Заполнить таблицу в соответствии с заданием.

№ п/п	Автор, название	Цена, руб.	Конкурент 1	Цена, руб.	Конкурент 2	Цена, руб.
Классическая литература						
1.	Достоевский Ф., Идиот	120	Маг. Молодая гвардия	100	Маг. Буквоед	130
2.						
3.						
Детективная и приключенческая литература						
1.						
2.						
Фантастика						
1.						
2.						
Техника, компьютерная литература						
1.						
2.						
Наука, учебная литература						
1.						
2.						

Вопросы для самоподготовки:

1. В чём заключается ценовая политика организации?
2. Каков порядок формирования розничной и оптовой цены?
3. Как цены конкурентов влияют на формирование розничных цен реализуемой продукции?

#### Практическая работа №14

Тема: «Установление уровней каналов распространения товаров и оценка эффективности сбытовой политики организации».

Цель: изучить средства распространения товаров (сбыт).

Задание для самостоятельной работы.

Разработать сбытовую политику предприятий различного профиля. Определить стратегию сбыта, каналы сбыта, виды сбыта, посредников. Привести схему канала сбыта.

1. Предприятие, выпускающее продукцию производственного назначения – станки, оборудование.
2. Предприятие пищевой промышленности.
3. Предприятие легкой промышленности – одежда, обувь.
4. Автомобильный завод.
5. Издательство книжной продукции.

Вопросы для самоподготовки:

1. В чём заключается эффективная сбытовая политика организации?
2. Какие каналы распространения товаров Вы знаете?
3. Назовите виды сбыта, посредников.
4. Как изменяется схема канала сбыта в зависимости от профиля предприятия?

#### Практическая работа №15

Тема: «Анализ и оценка поведения потребителей».

Цель: изучить поведение покупателя при совершении покупки и задачи маркетинговой службы на каждом этапе.

Задание для самостоятельной работы.

Задание №1.

Используя схему принятия решения о покупке, опишите поведение потребителя при покупке любого товара. Укажите, какие маркетинговые мероприятия со стороны производителя и продавца должны быть на каждом этапе.

Схема принятия решения о покупке:

1. Осознание необходимости покупки.
2. Поиск информации.
3. Оценка информации.
4. Решение о покупке.
5. Поведение после совершения покупки.

Задание №2.

Расскажите о влиянии факторов культурного уровня (культура, субкультура, социальное положение) на выбор потребителем магазинов для совершения покупок.

Задание №3.

Ваша фирма выпускает бритвы. Товар имеет стандартный технический дизайн, выпускается только в серо-чёрной гамме. Конкурирующая фирма также начала предлагать на рынке одноразовые бритвы, однако разнообразного дизайна и цветов. Какое задание вы дадите своему отделу маркетинга.

Задание №4.

Какие брюки нужны молодому человеку – студенту колледжа. Можно ли обойтись брюками «на все случаи жизни», что нового в стиле потребления нужно учесть современному маркетологу.

Задание №5.

Ваша продукция представляет собой сборную конструкцию для парника – металлические стойки. Покупатели хотели бы включить в состав реализуемого товара или плёночное покрытие, или пакет стекол. В вашем распоряжении 1 месяц, иначе закончится срок посадки растений в теплицы, и потенциальные покупатели могут перенести покупку на следующий год. Опишите свой план маркетинга. Будете ли вы учитывать пожелания покупателей, Как данный учёт, если он будет осуществлён, скажется на эффективности вашего предприятия.

Вопросы для самоподготовки:

1. Охарактеризуйте схему принятия решения о покупке.
2. В чём заключаются маркетинговые мероприятия производителя и продавца на каждом этапе?
3. Как факторы культурного уровня и социального статуса влияют на выбор потребителем магазинов для совершения покупок?
4. Какие особенности в стиле потребления нужно знать современному маркетологу?
5. Как пожелания покупателей могут повлиять на изменение плана маркетинга торгующей организации и его эффективность?

#### Практическая работа №16

Тема: «Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей. Анализ результатов опроса».

Цель: научиться проводить маркетинговые исследования.

Задание для самостоятельной работы.

Разработать анкету для изучения спроса на товар или услугу по следующей схеме:

1. Выбрать объект для маркетингового исследования.
2. Указать цель опроса, панель исследования.
3. Составить перечень вопросов с возможными вариантами ответов.
4. Информация о респондентах.

Количество вопросов должно быть оптимальным, обеспечивающим полноту информации.

Провести исследование. Представить результаты исследования.

Вопросы для самоподготовки:

1. Для чего нужны маркетинговые исследования?
2. Что нужно учитывать при разработке анкеты для проведения опросов потребителей?
3. В чём заключается методика проведения опросов потребителей?

## **Библиографический список**

### **6.1. Основная литература**

1. Фридман, А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества : учебник – Москва : Дашков и К°, 2019

[https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=496196](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=496196)

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова и др. – Москва : Дашков и К°, 2018

[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=495786](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=495786)

3. Баландина, О.В. Основы менеджмента: учебное пособие для студентов среднего профессионального образования – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020

[https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=574371](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=574371)

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Максимцев, И. А. Управление персоналом : учебник и практикум для СПО — М. :Юрайт, 2018

<https://biblio-online.ru/book/upravlenie-personalom-413906>

2. Е. А. Якушкин, Т. В. Якушкина Основы экономики : учебное пособие под ред. Е. А. Якушкина. – 3-е изд., испр. и доп. – Минск : РИПО, 2020.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600132>

3. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие – Москва : Дашков и К°, 2019

[https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=573389](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=573389)

### **Периодические издания**

1. Журнал «Экономика. Инновации. Управление качеством.» // Экономика. Инновации. Управление качеством. [Электронный ресурс] : журнал – Режим доступа:



[http://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=35676](http://elibrary.ru/title_about.asp?id=35676) - Журнал «Экономика. Инновации. Управление качеством»

2. Журнал «Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий» // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. [Электронный ресурс] : журнал – Режим доступа: [http://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=32905](http://elibrary.ru/title_about.asp?id=32905) - Журнал «Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий»

3. Журнал «Вопросы экономики»

4. Журнал «Мировая экономика и международные отношения»

5. Журнал «Экономист»

6. Газета «Коммерсант»

7. Газета «Экономика и жизнь»

Электронное издание

## **ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

**Методические указания  
к выполнению практических работ**

Для обучающихся по специальности  
43.02.15 Поварское и кондитерское дело

Составитель: МЕЗЕНЦЕВА ГАЛИНА ВИТАЛЬЕВНА