

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

О.М. Калиева, И.А. Четвергова

ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Методические указания

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело

Оренбург
2018

УДК 339.1(о76.5)

ББК 65.422.1я7

К 17

Рецензент – кандидат экономических наук, доцент Н.В. Лужнова

Калиева, О.М.

К 17

Исследование деятельности предприятия: методические указания / О.М. Калиева, И.А. Четвергова; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2018. – 21 с.

Методические указания по дисциплине «Исследование деятельности предприятия» включают содержание тематических разделов дисциплины, материалы для текущего контроля, пример оценочных материалов для промежуточной аттестации.

Методические указания предназначены для обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профили: «Общий профиль», «Коммерция»

УДК 339.1(о76.5)

ББК 65.422.1я7

© Калиева О.М.,
Четвергова И.А., 2018
© ОГУ, 2018

Содержание

Введение.....	4
1 Содержание тематических разделов дисциплины.....	4
2 Перечень учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.....	6
3 Интернет-ресурсы	7
4 Методические рекомендации для преподавателей по проведению лекций ..	8
5 Методические рекомендации для преподавателей по проведению практических занятий	10
6 Методические рекомендации для студентов по выполнению самостоятельной работы.....	12
7 Материалы для текущего контроля.....	13
7.1 Образцы тестов.....	13
7.2 Задания для практических занятий	16
8 Темы рефератов.....	20

Введение

Цель курса: изучение теоретических основ и приобретение практических навыков и умений осуществления исследования деятельности предприятия.

Задачи курса:

- изучение сущности деятельности предприятия, направления исследований деятельности предприятий, портфельного анализа деятельности предприятия, составляющих информационной базы оценки финансово-экономической деятельности, методики исследования деятельности предприятия;

- умение рассчитывать экономические показатели в системе управления коммерческой деятельностью, проводить экспресс-анализ деятельности предприятия, мониторинг и диагностику деятельности предприятия, применять матрицы портфельного анализа деятельности предприятия, пользоваться программными средствами для исследования деятельности предприятия;

- овладение навыками исследования деятельности предприятия и поиска резервов повышения эффективности деятельности.

1 Содержание тематических разделов дисциплины

Наименование раздела	Содержание раздела
Понятие деятельности предприятия	Сущность деятельности предприятия. Направления деятельности предприятия. Хозяйственная деятельность предприятия: научные исследования и опытно-конструкторские работы; производство; вспомогательное производство; обслуживание производства и сбыта, маркетинг; сбыт и послепродажное сопровождение. Операционная деятельность предприятия.
Анализ хозяйственной деятельности предприятия	Сущность анализа хозяйственной деятельности предприятия. Направления анализа хозяйственной деятельности предприятия. Финансовый анализ: анализ прибыльности, анализ рентабельности, анализ использования собственного капитала, анализ платежеспособности, ликвидности и финансовой устойчивости, анализ использования заемных средств, оценка экономической добавленной стоимости, анализ деловой активности, анализ движения денежных средств, расчет эффекта финансового рычага.

	<p>Управленческий анализ: оценка места предприятия на рынке данного товара, анализ использования основных факторов производства: средств труда, предметов труда и трудовых ресурсов, оценка результатов производства и реализации продукции, принятие решений по ассортименту и качеству продукции, выработка стратегии управления затратами на производство, определение политики ценообразования, анализ безубыточности производства.</p> <p>Методы финансового анализа: горизонтальный (временной) анализ; вертикальный (структурный) анализ; трендовый анализ; анализ относительных показателей (коэффициентов); сравнительный (пространственный) анализ; факторный анализ.</p> <p>Показатели хозяйственной деятельности предприятия. Стоимостные и натуральные. Количественные и качественные. Результаты хозяйственной деятельности предприятия. Прибыль и доход. Рентабельность.</p>
<p>Маркетинговые исследования деятельности предприятия</p>	<p>Место маркетинговых исследований в анализе деятельности предприятия. Внутренние маркетинговые исследования. Этапы проведения исследования.</p> <p>Методы анализа деятельности предприятия. Методы технико-экономического, факторного, ситуационного, матричного анализа, экономико-математические методы, методы прогнозирования.</p> <p>Объемы требуемой информации, источники и методы ее получения, методы обработки. Сбор информации о состоянии предприятия. Обобщение результатов исследований, разработка прогноза с учетом влияния внешней среды. Разработка общих рекомендаций по деятельности предприятия. Отчет об исследовании деятельности предприятия.</p>
<p>Портфельный анализ деятельности предприятия</p>	<p>Портфельный анализ деятельности предприятия как главный инструмент в планировании и анализе маркетинговых стратегий.</p> <p>Портфельный анализ деятельности предприятия: стратегические составляющие, методы, преимущества и недостатки. Цели и задачи портфельного анализа. Этапы портфельного анализа. Преимущества и недостатки портфельного анализа.</p> <p>Система портфельного анализа. Матрицы портфельного анализа: матрица Бостонской консалтинговой группы, матрица McKinsey, матрица Игоря Ансоффа, Матрица направленной политики (Shell), Матрица «Arthur D. Little». Направления портфельного анализа.</p>

2 Перечень учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины

Учебная литература, в том числе:

Основная:

1. Казакова, Н.А. Управленческий анализ: комплексный анализ и диагностика предпринимательства: учебник [Электронный ресурс] / Н.А. Казакова - 2 изд., доп. и перераб. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2013 – 261с. – ЭБС «Znanium». - Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=354245>.

2. Савицкая, Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник [Электронный ресурс] /Савицкая Г. В., 7-е изд., перераб. и доп. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 608 с. – ЭБС «Znanium». – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=516525>.

Дополнительная:

1. Белоусова, С. Н. Маркетинг : учеб. пособие / С. Н. Белоусова, А. Г. Белоусов.- 7-е изд., перераб. и доп. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. – 399 с. – ISBN 978-5-222-18976-4.

2. Бувальцева, В.И. Экономический анализ : учебное пособие / В.И. Бувальцева, О.В. Глушакова. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2011. – 306 с. – ISBN 978-5-8353-0997-9 ; То же [Электронный ресурс]. – ЭБС «Университетская библиотека». – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232222>.

3. Ерина Е.С. Основы анализа и диагностики финансового состояния предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ерина Е.С. – Электрон. текстовые данные. – Москва: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2013. – 96 с. – ЭБС «IPRbooks». – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20017>.

4. Игнатьева, А. В. Исследование систем управления : учеб. пособие для вузов / А. В. Игнатьева, М. М. Максимцов . – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 168 с. – ISBN 978-5-238-01344-2.

5. Казакова, Н.А. Управленческий анализ и диагностика предпринимательской деятельности. : учебное пособие [Электронный ресурс] / Н.А. Казакова. – Москва : Финансы и статистика, 2009. – 497 с. – ISBN 978-5-279-03363-8. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=63506>.

6. Производственно-экономический потенциал и деловая активность субъектов предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] / А.Н. Асаул [и др.]. – Электрон. текстовые данные. – Санкт-Петербург: Институт проблем экономического возрождения, 2011. – 207 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18209>.

7. Савицкая Г.В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты : монография / Г.В. Савицкая. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2017. – 291 с.

8. Умавов, Ю. Д. Основы маркетинга: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Торговое дело» и специальности «Маркетинг» / Ю. Д. Умавов, Т. А. Камалова. – Москва : КНОРУС, 2015. – 236 с. – ISBN 978-5-406-02982-4.

9. Шаяхметова, Р. Модели оценки рыночной стоимости предприятий / Р. Шаяхметова, А. Реннер. – [Б. м.] : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012. – 157 с. – ISBN 978-3-659-25192-4.

3 Интернет-ресурсы

1. <http://www.exponenta.ru/soft/Statist/Statist.asp> – образовательный математический сайт. Statistica - современный пакет статистического анализа, в котором реализованы все новейшие компьютерные и математические методы анализа данных.

2. <http://ecsocman.hse.ru/docs/16000077/> – федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент». Представлено множество публикаций по экономическому анализу, эффективности менеджмента и эконометрике.

3. <http://afdanalyse.ru> – информационный сайт «Анализ финансового состояния предприятия» содержит богатый теоретические и практический материал, систематизированный по рубрикам «Экономический анализ», «Управленческий анализ», «Финансовый анализ», «Операционный анализ», «Инвестиционный анализ». На сайте размещены тематические материалы, статьи из специализированных периодических изданий. Друзьями сайта являются форум экономистов, блог о экономике, финансах, управлении.

4. <http://economist-info.ru> – интернет-площадка для обмена мнениями, знаниями, информацией по направлениям «Планирование, анализ и организация производства», «Труд и заработная плата», «Финансы»,

«Себестоимость и ценообразование», «Сбыт и маркетинг, ВЭД», «Вопросы бухучета и налогообложения» и др. На сайте размещен доступ к профессиональным журналам «Справочник экономиста», «Планово-экономический отдел».

5. <http://www.cfin.ru> – «Корпоративный менеджмент» – это интернет-проект для всех, кто развивается самостоятельно и развивает бизнес. Им пользуются специалисты в области реальных инвестиций, представители консалтинговых фирм, экономических и плановых отделов, менеджеры и руководители, преподаватели высших учебных заведений и др. С 1998 года на сайте собирается справочная и методическая информация, аналитика и практические примеры по управлению компаниями, инвестициям, оценке, финансам. Библиотека проекта – крупнейшее и старейшее собрание подобных публикаций в свободном доступе, тщательно отсортированных по тематическим рубрикам. Структура сайта подразумевает активное использование и недавно опубликованных статей, и материалов, хранящихся в архиве. Среди них – аналитические статьи ведущих консалтинговых компаний и корпораций, фрагменты и полные тексты книг, избранные публикации журналов, курсы лекций, бизнес-планы реальных предприятий, руководства, ссылки на другие источники информации. Это и обзоры существующих методик, практик применения тех или иных подходов, и комментарии и дополнения к общеизвестным бизнес-технологиям.

4 Методические рекомендации для преподавателей по проведению лекций

Согласно существующему государственному образовательному стандарту специальности и других нормативных документов целесообразно разработать матрицу наиболее предпочтительных методов обучения и форм самостоятельной работы студентов, адекватных видам лекционных и практических занятий. Необходимо предусмотреть развитие форм самостоятельной работы, выводя студентов к завершению изучения учебной дисциплины на её высший уровень.

Лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель — формирование у студентов ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности студентов;
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью студентов.

Преподаватель должен знать существующие в педагогической науке и используемые на практике варианты лекций, их дидактические и воспитывающие возможности, а также их методическое место в структуре процесса обучения.

Лекции читаются в соответствии с календарно – тематическим планированием, составленным в начале семестра.

Специфика курса для студентов состоит в том, что готовится специалист, владеющий определенными знаниями в области информационно – коммуникационных сетей и умеющий применить эти знания при решении прикладных задач.

Изложение теоретического материала должно сопровождаться разбором и решением достаточного количества задач, разъясняющих прикладную сущность изучаемых вопросов.

Лекция должна состоять из вступительной, содержательной и заключительной части. Во вступительной части необходимо объявить наименование темы, учебные вопросы и цели лекции; практическую значимость изучаемых вопросов; последовательность изучения учебных вопросов; распределение времени и учебную литературу.

Содержательная часть лекции включает последовательное изложение основных вопросов с использованием доски, наглядных пособий и технических средств обучения.

В заключительной части необходимо ответить на вопросы обучаемых и провести разбор лекции:

- степень достижения учебных целей;
- оценку работы студентов;
- недостатки работы и пути их устранения;
- задание студентам на самостоятельную работу.

5 Методические рекомендации для преподавателей по проведению практических занятий

На практических занятиях обучаемые овладевают основными методами и приемами самостоятельного решения задач с помощью компьютера, а также получают разъяснение теоретических положений курса. При этом рекомендуется с помощью вопросов развивать навыки самостоятельного выполнения задач всеми обучающимися.

При проведении практических занятий должное внимание следует уделять: развитию и закреплению навыков в выполнении практических задач; выбору рационального метода выполнения задач с помощью стандартного набора вычислительных средств; задачам прикладного характера, связанным с будущей работой выпускников по специальности.

На практических занятиях могут также сообщаться дополнительные теоретические сведения. Одной из важных целей практических занятий является обучение рациональной организации работы обучаемых над теоретическим курсом по учебникам и учебным пособиям.

Преподаватель на практических занятиях контролирует знания обучаемых по теоретическому материалу, изложенному на лекциях и результаты самостоятельного выполнения или решения задач, как в часы аудиторных занятий, так и на самоподготовке. Результаты контроля оперативно фиксируются преподавателем в журнале.

В результате изучения материала на практических занятиях студенты должны уметь: выполнять задачи по соответствующим разделам и темам дисциплины; выполнять контрольные задания; выполнить задачу и ответить теорию на экзамене или зачете.

Для достижения указанных целей практическое занятие рекомендуется проводить по следующему плану:

- Тема занятия и его цель. Преподаватель формулирует и записывает на доске тему занятия и кратко излагает его цель.

- Литература. Список литературы может быть дан на первом занятии по разделу в начале семестра. Тогда на занятии лишь делается ссылка на соответствующий источник.

- Вопросы по теоретическому материалу. Рекомендуется сформулировать 5 - 6 вопросов теории, которые являются наиболее важными для данного занятия и на базе которых решаются задачи.

- Задачи. Подбор задач является самым важным аспектом в плане подготовки к практическому занятию. Задачи следует разделить на две группы: задачи для выполнения в аудитории; задачи для выполнения во время самостоятельных занятий.

Основными формами контроля знаний на практических занятиях являются:

- проверка домашнего задания;
- краткий опрос теории;
- выполнение контрольных заданий.

Критерии оценки результатов выполнения практического задания:

оценка «5» – точное, правильное выполнение задания, поиск решения.

оценка «4» – правильное выполнение задания, поиск решения, есть небольшие неточности в полученном результате или оформлении.

оценка «3» – много неточностей в порядке выполнения задания, ошибки оформления, затруднения по выполнению аналогичных действий.

оценка «2» – отсутствие необходимых знаний по изученному материалу, отсутствие представлений о реализуемой технологии, ошибки в процессе выполнения задания.

Преподаватель вправе самостоятельно выбирать форму занятия (семинарское, практическое или лабораторное), которую следует проводить в том или ином случае. Как известно, целью семинарского занятия является повторение и закрепление учебного материала, обсуждение наиболее интересных и актуальных вопросов по конкретной теме, выработка практических навыков использования полученных знаний в профессиональной деятельности. В процессе подготовки к семинарским занятиям в каждой учебной группе должны быть написаны 3 – 4 доклада, которые оформляются в виде рефератов.

При проведении промежуточной и итоговой аттестации студентов важно всегда помнить, что систематичность, объективность, аргументированность – главные принципы, на которых основаны контроль и оценка знаний студентов. Проверка, контроль и оценка знаний студента, требуют учета его индивидуального стиля в осуществлении учебной деятельности. Знание критериев оценки знаний обязательно для преподавателя и студента.

6 Методические рекомендации для студентов по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа – это совокупность всей самостоятельной деятельности студентов как в учебной аудитории, так и вне ее, в контакте с преподавателем и в его отсутствии.

Самостоятельная работа реализуется:

- Непосредственно в процессе аудиторных занятий – на практических и семинарских занятиях, при выполнении лабораторных работ.

- В контакте с преподавателем вне рамок расписания – консультации по учебным вопросам и при выполнении творческих и индивидуальных заданий.

- В виде внеаудиторной самостоятельной работы.

Актуальность данного вида деятельности студентов очевидна, т. к. именно самостоятельная работа поможет сформировать общие компетенции будущих специалистов и выработать способность:

- организовывать собственную деятельность;
- осуществлять поиск информации;
- использовать информационно - коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;
- самостоятельно определять задачи профессионального развития.

Самостоятельная работа студентов предполагает более углубленное освоение материала практических занятий, отдельных вопросов материала курса, выносимых на самостоятельное изучение, а также творческих заданий, связанных с образовательной и научной исследовательской деятельностью магистранта.

Целевые направления самостоятельной работы студентов:

Для овладения и углубления знаний:

- конспектирование текста;
- составление тезауруса;
- ознакомление с нормативными документами;
- создание презентации.

Для закрепления знаний:

- работа с конспектом лекции;
- повторная работа с учебным материалом;
- составление плана ответа;

- составление различных таблиц.

Для систематизации учебного материала:

- подготовка ответов на контрольные вопросы;
- подготовка сообщения, доклада, реферата;
- тестирование;
- составление кроссворда;
- составление инструкции и памятки.

Для формирования практических и профессиональных умений.

- решение задач и упражнений по образцу;
- решение ситуативных и профессиональных задач;
- проведение анкетирования и исследования.

Средства обучения:

- дидактические средства, которые могут быть источником самостоятельного приобретения знаний (первоисточники, документы, тексты художественных произведений, сборники задач и упражнений, журналы и газеты, учебные фильмы, карты, таблицы);
- технические средства, при помощи которых предъявляется учебная информация (компьютеры, аудио - , видеотехника);
- средства, которые используют для руководства самостоятельной деятельностью студентов (инструктивно - методические указания, карточки с дифференцированными заданиями для организации индивидуальной и групповой работы, карточки с алгоритмами выполнения заданий).

7 Материалы для текущего контроля

7.1 Образцы тестов

Выберите один правильный ответ:

1. Совокупность управленческих процессов, обеспечивающих формирование, корректировку и контроль исполнения корпоративного бюджета – системы финансовых и операционных планов, разработанных на основании стратегических целей – это...:
 - а) инвестирование;
 - б) бюджетирование;
 - в) управление;
 - г) консолидация.

2. Система взаимоотношений между собственниками (акционерами) компании и ее менеджментом, между различными группами, и между компанией в целом и иными заинтересованными группами по вопросам обеспечения интересов указанных участников корпоративных отношений и обеспечения эффективной деятельности компании, ее соответствия социальным целям и общественным интересам- это..:

- а) корпоративное управление;
- б) стратегическое управление;
- в) оперативное управление.

3. Повышение эффективности использования оборотных средств достигается за счет:

- а) увеличения количества оборотных средств;
- б) снижения количества оборотных средств;
- г) ускорения оборачиваемости оборотных средств;
- д) замедления оборачиваемости оборотных средств.

4. В ходе переоценки основных средств формируется:

- а) страховая стоимость;
- б) восстановительная стоимость;
- в) ликвидационная стоимость;
- г) первоначальная стоимость.

5. Анализ внешней среды фирмы – это ...

- а) определение демографических тенденций развития;
- б) учет действия правительства в деятельности фирмы;
- в) контроль внешних факторов для определения возможностей и угроз для фирмы;
- г) организация работы по анализу рынка сбыта.

6. Ключевой показатель эффективности объединяет в себе:

- а) факт и план;
- б) бюджет и план;
- в) результативность и эффективность;
- г) прогноз и план.

7. Возрастание эффективности деятельности организации в результате рационального слияния отдельных частей в единую систему называется ...

- а) энтропией;
- б) синтезом;
- в) синергией.

8. Маркетинговые исследования предполагают:

- а) подготовку различных обследований, анализ полученных данных по конкретной маркетинговой задаче, стоящей перед предприятием;
- б) подготовку и проведение различных обследований, анализ полученных данных по конкретной маркетинговой задаче, стоящей перед предприятием;
- в) проведение различных обследований, анализ полученных данных по конкретной маркетинговой задаче, стоящей перед предприятием.

9. Анализ, в основе которого лежит использование статистических процедур с целью обобщения полученных результатов на всю совокупность:

- а) дескриптивный;
- б) оперативный;
- в) выводной;
- г) анализ различий;
- д) предсказательный.

10. Документ, в котором сформулированы основные цели маркетинга и пути их достижения:

- а) маркетинговый план;
- б) меморандум;
- в) договор;
- г) бриф.

11. Изучение спроса основывается:

- а) на законах спроса и предложения, на исследовании факторов спроса, изучении ценовой эластичности спроса, оценке емкости товарного рынка, динамики рынка;
- б) на законах спроса и предложения, на исследовании факторов спроса, изучении ценовой эластичности спроса, динамики рынка;
- в) на законах спроса, на исследовании факторов спроса, изучении ценовой эластичности спроса, оценке емкости товарного рынка, динамики рынка.

12. Изучение каналов сбыта основано:

- а) на отборе возможных к использованию и наиболее эффективных каналов сбыта;
- б) на отборе возможных к использованию каналов сбыта;
- в) на отборе наиболее эффективных каналов сбыта;

13. Процесс ранжирования и отбора сегментов происходит в следующей последовательности:

- а) Определение критериев привлекательности компании; Подсчет привлекательности; Взвешивание критериев; Определение параметров критериев; Определение конкурентоспособности компании по сегментам;
- б) Определение критериев привлекательности компании; Взвешивание критериев; Определение параметров критериев; Подсчет привлекательности; Определение конкурентоспособности компании по сегментам;
- в) Определение конкурентоспособности компании по сегментам; Определение критериев привлекательности компании; Взвешивание критериев; Определение параметров критериев; Подсчет привлекательности.

14. Если цель маркетингового исследования – анализ конкурентоспособности предприятия, план исследования можно квалифицировать как:

- а) поисковый;
- б) описательный;
- в) экспериментальный (казуальный).

15. Почему предприятия должны уделять большое внимание изучению динамики показателя «рыночная доля» важнейших продуктов?

- а) он определяет величину прибыли;
- б) он характеризует конкурентоспособность продукта;
- в) продукты с высоким значением данного показателя генерируют много наличных денег.

7.2 Задания для практических занятий

Раздел 1 Понятие деятельности предприятия

Задание 1.1 Распределите уровни управления на примере конкретной компании.

Задание 1.2 Изучение и анализ систем информационного обеспечения корпоративного управления на примере различных корпораций.

Задание 1.3 Разработать конкретную программу применения принципов и методов управления – экономических, административных и социально-психологических в процессе управления производственной бригадой (коллективом) на участке цеха.

Оформить свою программу в виду списка или «древа целей». Проанализировать сравнительную эффективность трех основных групп методов управления и делать выводы.

Раздел 2 Анализ хозяйственной деятельности предприятия

Задание 2.1 Определить маржинальный доход, прибыль от реализации рентабельность продаж, если известно, что:

Вариант 1.

Таблица 1 – Данные для анализа

Показатель	Количество
Выручка от реализации, тыс.руб.	3 450
Переменные затраты, тыс.руб.	2 500
Постоянные затраты, тыс.руб.	500

Вариант 2.

Таблица 2 – Данные для анализа

Показатель	Количество
Выручка от реализации, тыс.руб.	4530
Переменные затраты, тыс.руб.	3400
Постоянные затраты, тыс.руб.	600
Маржинальный доход	
Прибыль	
рентабельность	
Рентабельность продаж	

Раздел 3 Маркетинговые исследования деятельности предприятия

Задание 3.1

Построить дерево факторов по цели «Увеличение доли рынка». Провести расчеты и анализ дерева факторов по цели «Увеличение доли

рынка». Сформулировать основные направления совершенствования деятельности на основе анализа дерева факторов по цели «Увеличение доли рынка».

Задание 3.2

Посетите следующие сайты компаний, которые предоставляют услуги в области маркетинговых исследований, например:

- www.ecro.ru;
- www.mosinf.ru;
- rekloming.narod.ru;
- inforos.ru;
- marketing.spb.ru;
- russianmarket.ru;
- research.techart.ru.

Напишите отчет о различных услугах в области маркетинговых исследований, предлагаемых компаниями. Различаются ли методы сбора информации, используемые рассматриваемыми вами компаниями? По каким признакам можно классифицировать оказываемые услуги?

Раздел 4 Портфельный анализ деятельности предприятия

Задание 4.1 На основе исследования, проведенного в г. N, выявлено отношение потребителей к полутемным сортам пива. Было опрошено 163 человека, из них 61% мужчин и 49% женщин в возрасте от 18 до 55 лет. Среди опрошенных 64,4% - это студенты высших и средних учебных заведений.

Целевая аудитория представлена следующими характеристиками – 6% респондентов употребляют пиво каждый день, 58% - несколько раз в неделю (от 1 до 3 раз), 36% - 1 раз в месяц.

При выборе марки респонденты обращают внимание, прежде всего на вкус пива – 68,5%, а 27% респондентов предпочитают употреблять наиболее разрекламированные марки темного пива. Влияние цены на выбор пива незначительно, низкой ценой руководствуется только 12,6% респондентов.

71,8% респондентов указали, что пили полутемное пиво раньше, остальные 28,2% никогда не пробовали темные сорта пива. 43,7% потребителей указывают, что перестали пить темное пиво менее 3 месяцев, 46,2% - от 3 до 6 месяцев, 25,7% респондентов от 6 месяцев до 1 года, 34,3% не пьют темное пиво уже больше года. Основная масса респондентов прекратила пить темное пиво от 3 до 6 месяцев назад. При этом следует

отметить следующие причины: «не нравится вкус» - 37,6%, «слишком крепкое» - 35%, «надоело пить это пиво» - 30,8%.

Также было установлено, что у большинства опрошенных не сформировалось устойчивого пристрастия к определенному бренду. Респонденты пробуют разные марки полутемного пива в поиске новых вкусовых ощущений.

Среди вкусовых качеств наибольшее предпочтение респонденты отдают насыщенному вкусу – 51%, приятному аромату – 44,1% и крепости – 43,4%, темный цвет 39,2%. Основное число потребителей указывает – полутемное пиво должно быть «не горьким» - 34,4% и «менее крепким» - 32,5%.

Таким образом, на данный момент нет определенного бренда, который бы лидировал на рынке полутемных сортов. Потребителей не устраивает вкус существующих марок или они слишком крепкие. Поэтому целесообразно занять существующий сегмент рынка.

Задания:

1. Выделить целевые сегменты потребления полутемного пива и дать им характеристику.

2. Предложить сорт полутемного пива и обосновать необходимость использования его в качестве бренда.

3. Разработать мероприятия по совершенствованию бренда полутемного пива.

Критерии оценки заданий

Задача считается решенной и оценивается в 5 баллов, если выполнены 95%-100% условий и требований, сформулированных в ней.

Задача считается решенной и оценивается в 4 балла, если выполнены 70%-94% условий и требований, сформулированных в ней.

Задача считается решенной и оценивается в 3 балла, если выполнены 40%-70% условий и требований, сформулированных в ней.

Задача считается решенной и оценивается в 1-2 балла, если выполнены менее 40% условий и требований, сформулированных в ней.

Задача считается нерешенной и оценивается в 0 балл, если задача не решена.

8 Темы рефератов

Раздел 1 Понятие деятельности предприятия

1. Понятие предприятия, виды и признаки.
2. Современные направления деятельности предприятия.
3. Организационное и экономическое обеспечение управления деятельностью предприятия.
4. Сбытовая коммерческая деятельность производителей.
5. Особенности развития факторинга в России.
6. Управление коммерческими операциями в оптовой торговле.
7. Организация системы закупочной деятельности предприятия.
8. Применение научных исследований и опытно-конструкторских работ в производстве.

Раздел 2 Анализ хозяйственной деятельности предприятия

1. Содержание и задачи анализа хозяйственной деятельности предприятия
2. Метод анализа хозяйственной деятельности предприятия, его характерные черты
3. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности
4. Экспресс-анализ – общий обзор показателей деятельности предприятия
5. Роль анализа в управлении производством
6. Система «Директ-костинг» в анализе хозяйственной деятельности.
7. Диагностика экономических результатов деятельности предприятия.

Раздел 3 Маркетинговые исследования деятельности предприятия

1. Разработка концепции маркетингового исследования
2. План маркетингового исследования. Выдвижение гипотез.
3. Координация маркетинговых структур при заказах на исследование и при его проведении.
4. Место маркетинговых исследований в анализе деятельности предприятия.
5. Методология маркетингового анализа.
6. Маркетинговый анализ как оценка, объяснение, моделирование и прогноз процессов и явлений товарного рынка с помощью статистических, эконометрических и других методов исследования.

7. Конъюнктурный анализ рынка. Понятие рыночной ситуации, его отличие от понятия рыночной конъюнктуры.

Раздел 4 Портфельный анализ деятельности предприятия

1. Портфельный анализ деятельности предприятия как главный инструмент в планировании и анализе маркетинговых стратегий.

2. Анализ конъюнктурных изменений на рынке.

3. Модели стратегического анализа рынка.

4. Стратегические проблемы и методы регионального анализа рынка.

5. Матрица типологии рынков по уровню конкуренции. Комплексный анализ возможностей и угроз фирмы на конкурентном рынке.

6. Табличный анализ и прогноз конкуренции.

7. Стратегический анализ деятельности.

8. Современные методы стратегического анализа маркетинговой среды предприятия.

Требования к реферату:

- титульный лист,
- оглавление (автоматическое),
- структурирование текста (заголовки и подзаголовки),
- список сайтов, которые использовались для составления доклада (не менее 5 источников),
- поля: левое – 3 см, правое – 1 см, верхнее и нижнее – по 2 см,
- нумерация страниц, начиная со второй.