

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Полябин Сергей Владимирович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 21.12.2022 19:19:46  
Уникальный программный ключ:  
7e7751705ad67ae2d6295985ede91707e0a0024c

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Московская государственная академия ветеринарной медицины и**  
**биотехнологии – МВА имени К.И. Скрябина»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**  
**ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ**  
**по дисциплине общепрофессионального цикла**

**ОП.08 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

**Специальность**  
**36.02.01 Ветеринария**

**Среднее профессиональное образование**

**Москва, 2021**

Лисейкина О.В. Методические рекомендации по проведению практических занятий по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» для студентов кинологического колледжа специальности 36.02.01 Ветеринария. – М.: ФГБОУ ВО МГАВМиБ – МВА имени К.И. Скрябина. – 2021. – 26 с.

Методические рекомендации при проведении практических занятий предназначены для закрепления теоретических знаний и приобретение необходимых практических навыков и умений по общепрофессиональной дисциплине ОП.08 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга», составлены в соответствии с учебным планом и рабочей программой дисциплины по специальности 36.02.01 Ветеринария среднего профессионального образования.

#### **РАЗРАБОТЧИКИ:**

Ст. преподаватель кафедры  
экономики и цифровых  
технологий в АПК

О.В. Лисейкина

#### **Рассмотрено и одобрено:**

на заседании учебно-методической комиссии кинологического колледжа

протокол № 1 от 30.08.2021г.

## Содержание

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. Перечень практических занятий.....	6
<i>Практическое занятие № 1: Определение равновесной цены.....</i>	<i>7</i>
<i>Практическое занятие № 2: Выполнение задач на определение рентабельности. ....</i>	<i>10</i>
<i>Практическое занятие № 3: Выполнение задач на определение структуры себестоимости.....</i>	<i>12</i>
<i>Практическое занятие № 4: Выполнение задач на определение цены продукции предприятия основными методами. ....</i>	<i>14</i>
<i>Практическое занятие № 5: Определение уровня производительности труда. ....</i>	<i>16</i>
<i>Практическое занятие № 6: Выполнение расчета фонда оплаты труда.....</i>	<i>18</i>
<i>Практическое занятие № 7: Описание внешней и внутренней среды организации. ....</i>	<i>20</i>
<i>Практическое занятие № 8: Определение критериев успеха организации. Процесс менеджмента. ....</i>	<i>22</i>
<i>Практическое занятие № 9: Решение ситуационных задач. ....</i>	<i>23</i>
<i>Практическое занятие № 10. Разработать рекламу «Организация рекламной компании». ....</i>	<i>24</i>
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА ПРИ ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ.....	26

## ВВЕДЕНИЕ

Методические рекомендации по выполнении практических занятий по учебной дисциплине составлены в соответствии с учебным планом и рабочей программой дисциплины по специальности 36.02.01 Ветеринария среднего профессионального образования. В соответствии с рабочей программой на изучение учебной дисциплины ОП.08 Основы экономики, менеджмента и маркетинга 40 часов, из которых 20 часов на проведение практических занятий.

Цель проведения практических занятий: формирование практических умений, необходимых в последующей профессиональной и учебной деятельности.

Задачи:

- обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знания по конкретным темам;
- формирование умения применять полученные знания на практике;
- выработка при решении поставленных задач таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.

В программу включено содержание, направленное на формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, необходимых для качественного освоения ОПОП СПО. Обучающийся должен обладать компетенциями:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01-04 ОК 09-11	-рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; -применять в профессиональной деятельности приемы делового и	-знать методику расчета показателей деятельности организации -основные положения экономической теории -принципы рыночной экономики -современное состояние и перспективы развития отрасли -роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике -механизмы ценообразования и сбыта к рыночной ситуации продукцию

	<p>управленческого общения; -анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-формы оплаты труда</li> <li>-стили управления, виды коммуникации</li> <li>-принципы делового общения в коллективе</li> <li>-управленческий цикл</li> <li>-особенности менеджмента в области животноводства</li> <li>-сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом</li> <li>-формы адаптации</li> </ul>
--	--	--

## 1. Перечень практических занятий

Наименование раздела(темы)	Практическая работа	Содержание практической работы	Количество часов
<b>Раздел 1. Основы экономики</b>			
Рынок. Фирма. Роль государства в экономике	Практическое занятие № 1: Определение равновесной цены	Определение равновесной цены	<b>2</b>
Основные показатели экономической эффективности деятельности предприятия	Практическое занятие № 2. Выполнение задач на определение рентабельности	Расчет показателей рентабельности.	<b>2</b>
	Практическое занятие № 3. Выполнение задач на определение структуры себестоимости	Определение издержек, расчет общих и издержек на единицу продукции. Расчет себестоимости.	<b>2</b>
	Практическое занятие № 4. Выполнение задач на определение цены продукции предприятия основными методами.	Определение себестоимости, стоимости, цены блага. Расчет цены на ветеринарную услугу.	<b>2</b>
Трудовые ресурсы предприятия	Практическое занятие № 5. Определение уровня производительности труда.	Расчет показателей производительности труда.	<b>2</b>
	Практическое занятие № 6. Выполнение расчета фонда оплаты труда	Расчет заработной платы. Понятие фонда оплаты труда.	<b>2</b>
<b>Раздел 2. Основы менеджмента</b>			
Содержание менеджмента. Управленческий цикл	Практическое занятие № 7. Описание внешней и внутренней среды организации	Описание внешней и внутренней среды организации	<b>2</b>
	Практическое занятие № 8. Определение критериев успеха организации. Процесс менеджмента.	Определение критериев успеха организации. Процесс менеджмента.	<b>2</b>
<b>Раздел 2. Основы маркетинга</b>			
Комплекс маркетинга	Практическое занятие № 9. Практическое занятие Решение ситуационных задач	Решение ситуационных задач по маркетингу	<b>2</b>
	Практическое занятие № 10. Разработать рекламу «Организация рекламной компании»	Разработать рекламу «Организация рекламной компании»	<b>2</b>

## ***Практическое занятие № 1: Определение равновесной цены***

**Цель занятия.** Развитие навыков анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг (ОК-01). Закрепление знаний экономической теории (ОК-04).

**Теоретические основы.** Равновесная цена — это цена, при которой объём спроса равен объёму предложения. Основные признаки равновесной цены:

- спрос равен предложению;
- нет ни дефицита, ни избытка товаров или услуг;
- нет тенденции к росту или снижению стоимости;
- планируемое количество потребления равно плановым поставкам.

Стоимость товара в пределах равновесной цены говорит о том, что:

- производитель полностью покрывает издержки и получает достаточную прибыль;
- посредник или продавец, если он есть, также получает свою выгоду и прибыль;
- покупатель может и хочет покупать продукт.

Равновесная рыночная цена – это оптимальная стоимость, которая устраивает и продавца, и покупателя. Если количество товаров или услуг превышает спрос, формируется избыток. Производители и продавцы в проигрыше, так как продукт плохо продается. Покупатели выигрывают, так как на фоне несоответствия спроса и предложения, многие начинают снижать цену. У клиента появляется выбор – можно найти тот же товар дешевле. Производителю приходится искать способы снизить расходы на создание и реализацию продукта. Когда спрос превышает предложение, наоборот, возникает дефицит. И тогда уже производители и продавцы могут повышать и даже завышать цену. Теперь в проигрыше покупатели — им приходится платить завышенную стоимость. Оба варианта экономически не выгодны, так нарушается рыночное равновесие.

## Ход выполнения работы.

Начертите оси координат, обозначьте одну из них  $P$  (цена), другую  $Q$  (количество). Выполните построение кривых спроса ( $D$ ) и предложения ( $S$ ). Обозначьте точку пересечения, как «точка рыночного равновесия/ равновесная цена» (Рис.1).



Рыночное равновесие возникает, когда спрос равен предложению. Рыночный механизм автоматически устраняет избыток и дефицит товаров и устанавливает равновесную цену.

Рисунок 1. Графическое отображение точки рыночного равновесия

## Задание для выполнения обучающимися.

Постройте кривые спроса и предложения на основании следующих данных (таблица 1):

Таблица 1

### Рыночные показатели

Показатель	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4	Вариант 5
Первоначальная цена ( $P_1$ )	50	100	60	120	40
Последующая цена ( $P_2$ )	60	90	75	100	40
Первоначальный	10	8	12	20	10



объем покупок					
Последующий объем покупок	8	10	10	30	10
Первоначальный объем предложения	8	10	10	30	15
Последующий объем предложения	10	8	12	20	15

### **Контрольные вопросы к практическому занятию № 1.**

1. Что такое спрос?
2. В чем отличие спроса от величины спроса?
3. Что такое равновесная цена?

## **Практическое занятие № 2: Выполнение задач на определение рентабельности.**

**Цель занятия.** Развитие умения расчета показателей деятельности организации (ОК-09). Закрепление знаний экономической теории (ОК-04).

**Теоретические основы.** Прибыль – это разница между полученной выручкой и расходами на её получение (коммунальные услуги, аренда помещения, закупка сырья и т. п). Её можно рассчитать по формуле: Прибыль = Доходы – Расходы. Для компаний это главный показатель, по которому оценивают успешность бизнеса.

Рентабельность — это экономический показатель, характеризующий чистую прибыль или убыток от вложений в установленном периоде. Обычно он выражается в процентном отношении к первоначальной величине инвестиций. В зависимости от сферы деятельности компании показатели рентабельности различаются. Рентабельность рассчитывают, чтобы спрогнозировать прибыль, сравнить компанию с конкурентами или предсказать доходность инвестиций.

**Ход выполнения работы.** Прибыль рассчитывается по формуле:

Прибыль = Доходы – Расходы.

Рентабельность продаж находят по формуле:

Рентабельность продаж = Прибыль / Общий доход

**Задание для выполнения обучающимися.** Рассчитайте годовую прибыль предприятия на основании данных, приведенных в табл. 2, если доход за год составил 2,5 млн рублей, годовые переменные издержки составили 0,5 млн рублей, постоянные издержки составили 1,2 млн рублей. Рассчитайте рентабельность продаж.

**Контрольные вопросы к практическому занятию № 2.**

1. Что такое прибыль?
2. Что такое рентабельность?

3. Какой показатель рентабельности позволяет сделать выводы об успешности бизнеса?

**Таблица 2**

**Затраты на одну вакцинацию собаки**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование постоянных затрат</b>	<b>Наименование переменных затрат</b>	<b>Сумма, руб.</b>
<b>1.</b>	<b>Арендная плата за помещение/ количество вакцинированных собак за период</b>		<b>200</b>
<b>2.</b>		<b>Стоимость одной вакцины</b>	<b>1500</b>

### **Практическое занятие № 3: Выполнение задач на определение статей затрат и калькуляцию себестоимости при производстве блага.**

**Цель занятия.** Развитие умения расчета показателей деятельности организации (ОК-09). Закрепление знаний экономической теории (ОК-04).

#### **Теоретические основы.**

Себестоимость - это затраты предприятия на производство блага. Они включают в себя расходы на сырье, материалы, амортизацию основного капитала и оплату труда производственного персонала.

#### **Ход выполнения работы.**

Прежде чем приступать непосредственно к расчету, необходимо определить все имеющиеся издержки производства и реализации продуктов. Их нужно распределить по различным статьям расходов. Как только исходные данные доступны, можно начинать рассчитывать себестоимость методом калькуляции. Шаг 1. Суммирование расходов на покупку материалов. Сырье для производства товаров может быть как основным, так и дополнительным. При расчете необходимо учитывать оба вида. Шаг 2. Определение расходов на энергетические ресурсы. Полученные данные необходимо суммировать с расходами на приобретение материалов. Шаг 3. Расчет общей суммы оплаты труда сотрудников. Далее происходит суммирование полученных на первых двух этапах данных с общей суммой затрат на заработную плату. Важно понимать, что из нее необходимо вычесть страховые и налоговые отчисления. Шаг 4. Финальный расчет. Как только все данные суммированы, к ним также необходимо прибавить дополнительные траты на содержание оборудования и иные расходы.

**Образец расчета калькуляции себестоимости.** Рассчитаем себестоимость товара - это ошейники для собак, сделанные из натуральной кожи. Нам необходимо рассчитать общий размер затрат на производство. Общая стоимость материалов: 4 000 рублей. Стоимость электроэнергии: 2 000

рублей. Заработная плата сотрудников: 2 000 рублей. Отчисления в государственный бюджет: 800 рублей. Средний производственный показатель равен 8 800 рублей. Затраты на реализацию товаров составляют 5% от этой суммы – 440 рублей. Сложив эти показатели, получаем себестоимость партии товаров – 9 240 рублей.

**Задание для выполнения обучающимися.** Задача: перечислите затраты, которые формируют себестоимость услуги «вакцинация собаки». Продолжите заполнять таблицу 2, подсчитайте итоговый результат, определите себестоимость услуги.

### **Контрольные вопросы к практическому занятию № 3.**

1. Что такое себестоимость?
2. Какие основные статьи расходов включает в себя себестоимость?
3. В чем разница между постоянными и переменными затратами?
4. Что такое амортизация оборудования? Как ее рассчитать?

## **Практическое занятие № 4: Выполнение задач на определение цены продукции предприятия основными методами.**

**Цель занятия:** Развитие умения рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации (ОК-02), анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг (ОК-03). Закрепление знаний механизмов ценообразования и сбыта (ОК-10).

**Теоретические основы.** Выручка (также встречается как оборот и объём продаж) — полная сумма требований (в том числе неоплаченных), предъявленных предприятием или предпринимателем покупателям в результате реализации произведённой продукции, услуг, работ за определённый период. Выручка является одним из видов доходов компании. Выручка — это доходы от обычных видов деятельности - от продажи продукции и товаров, средства, полученные в результате выполнения работ, оказания услуг.

**Ход выполнения работы.** Для расчета выручки используйте формулу Общая формула выручки от реализации. Общая формула представляет собой следующее выражение:  $S = P \times Q$ , где  $P$  – средняя цена продукции или услуги;  $Q$  – количество проданных единиц продукции или количество клиентов;  $S$  – выручка.

Решим задачу: «Вчера в буфете продано 100 булочек по 20 рублей. Сегодня буфетчица продавала из по 25 рублей и продала всего 30 штук. Рассчитайте выручку за каждый из дней.»

$$S_1 = 100 \times 20 = 2000 \text{ (рублей)} - \text{выручка за 1й день.}$$

$$S_2 = 30 \times 25 = 750 \text{ (рублей)} - \text{выручка за 2й день.}$$

**Задание для выполнения обучающимися.**

Вчера в ветеринарном кабинете проведена вакцинация 10 собак по цене 2000 рублей за услугу. Сегодня цена на услугу поднялась до 2300 рублей.

Рассчитайте выручку за каждый из дней. Объясните снижение объемов продаж. Определите эластичность спроса на услугу.

**Контрольные вопросы к практическому занятию №4.**

1. Что такое эластичность спроса по цене?
2. Как рассчитать выручку?
3. Как объем выручки связан с ценой блага?

## **Практическое занятие № 5: Определение уровня производительности труда.**

**Цель занятия:** Развитие умения рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации (ОК-02).

**Теоретические основы.** Производительность труда — это показатель, характеризующий результативность труда.

Производительность труда измеряется количеством продукции, выпущенной работником за единицу времени. Обратная величина — трудоёмкость — измеряется количеством времени, затрачиваемым на единицу продукции. Обычно под производительностью труда в экономической статистике понимается фактическая производительность труда, однако в экономической кибернетике, в частности, в модели жизнеспособных систем Стаффорда Бира, вводятся понятия наличной и потенциальной производительности труда. Важнейшими показателями использования оборотных средств на предприятии являются регламент оборачиваемости оборотных средств и время одного оборота. Ускорение оборачиваемости оборотных средств ведёт к высвобождению оборотных средств предприятия из оборота. Напротив, замедление оборачиваемости приводит к увеличению потребности предприятия в оборотных средствах. Ускорение оборачиваемости оборотных средств может быть достигнуто за счёт использования следующих факторов: опережающий темп роста объёмов продаж по сравнению с темпом роста оборотных средств; совершенствование системы снабжения и сбыта; снижение материалоёмкости и энергоёмкости продукции; повышение качества продукции и её конкурентоспособности; сокращение длительности производственного цикла и др. Под ростом производительности труда подразумевается экономия затрат труда (рабочего времени) на изготовление единицы продукции или дополнительное



количество произведённой продукции в единицу времени, что непосредственно влияет на повышение эффективности производства, так как в одном случае сокращаются текущие издержки на производство единицы продукции по статье «Заработная плата основных производственных рабочих», а в другом — в единицу времени производится больше продукции.

**Ход выполнения работы.** Рассчитайте производительность труда по формуле:

$$Пт = \text{Кол-во произведенной продукции} / \text{Время работы.}$$

**Задание для выполнения обучающимися.**

На производительность труда влияют объективные и субъективные факторы. Назовите их. Составьте таблицу.

Задача: Определите производительность труда ветеринара, используя данные из таблицы 3.

если он за 8 часовой рабочий день вакцинировал 15 коров.

**Таблица 3**

**Показатели вакцинации КРС**

Показатель	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4	Вариант 5
Продолжительность рабочего дня, час	6	8	10	12	4
Количество вакцинированных животных	9	15	17	20	6

**Контрольные вопросы к практическому занятию № 5.**

1. Что такое производительность труда?
2. Назовите факторы, влияющие на производительность труда.
3. Как кооперация влияет на производительность труда?

## **Практическое занятие № 6: Выполнение расчета оплаты труда.**

**Цель занятия:** Развитие умения рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации (ОК-02), анализировать ситуацию на рынке труда (ОК-03).

**Теоретические основы.** Согласно статье 129 Трудового Кодекса России заработная плата (оплата труда работника) — это вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также компенсационные выплаты (доплаты и надбавки компенсационного характера, в том числе за работу в условиях, отклоняющихся от нормальных, работу в особых климатических условиях и на территориях, подвергшихся радиоактивному загрязнению, и иные выплаты компенсационного характера) и стимулирующие выплаты (доплаты и надбавки стимулирующего характера, премии и иные поощрительные выплаты).

**Ход выполнения работы.** При повременной оплате труда заработная плата работника определяется в соответствии с его квалификацией и количеством отработанного времени. Такая оплата применяется тогда, когда труд работника невозможно нормировать или выполняемые работы не поддаются учёту.

Простая повременная оплата труда — оплата производится за определенное количество отработанного времени независимо от количества выполненных работ.

$$Z \text{ прост. повр.} = T_c \times t_f, \text{ руб.},$$

где  $t_f$  — фактически отработанное время;

$T_c$  — тарифная ставка (оклад).

**Задание для выполнения обучающимися.** Рассчитайте заработную плату работника за февраль текущего года, если:

- он работает в режиме 5x2, 40 часов в неделю;

- имеет оклад 30 тыс. рублей в месяц;
- был в отпуске за свой счет с 1 по 7 февраля включительно.

Обратите внимание на то, что в феврале есть праздничные дни.

### **Контрольные вопросы к практическому занятию №6.**

1. Какие виды заработной платы Вы знаете?
2. Назовите формы оплаты труда?
3. Чем отличается сдельная форма оплаты от повременной?

## ***Практическое занятие № 7: Описание внешней и внутренней среды организации.***

**Цель занятия.** Закрепление знаний современного состояния и перспектив развития отрасли, роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике (ОК-10, 11).

**Теоретические основы. Среда предприятия** – совокупность «не поддающихся контролю» сил, с учетом которых фирмы и должны разрабатывать свою деятельность.

Будучи изменчивой, полной неопределенности и налагающей ограничения, среда предприятия глубоко затрагивает жизнь фирмы.

Среда предприятия складывается из микросреды и макросреды. **Микросреда** (внутренняя среда) представлена силами, имеющими непосредственное отношение к самой фирме, так как формируется внутри нее. Внутренняя среда предприятия как совокупность трудовых, технологических, экономических факторов в большей степени управляема и регулируема, чем внешняя среда. **Внутренняя среда** предприятия определяет технические и организационные условия работы предприятия и является результатом управленческих решений. Целью анализа внутренней среды предприятия является выявление слабых и сильных сторон его деятельности, так как чтобы воспользоваться внешними возможностями, предприятие должно иметь определенный внутренний потенциал. Одновременно надо знать и слабые места, которые могут усугубить внешнюю угрозу и опасность.

**Внешняя среда предприятия** – это все условия и факторы, которые возникают независимо от деятельности предприятия и оказывают существенное воздействие на него. Внешние факторы:

**факторы прямого воздействия** (ближайшее окружение) – оказывают непосредственное влияние на деятельность предприятия:

поставщики ресурсов, потребители, конкуренты, трудовые ресурсы, государство, профсоюзы, акционеры (если предприятие является акционерным обществом),

**факторы косвенного воздействия** (макροокружение) – не оказывают прямого действия на деятельность предприятия, но учет их необходим для выработки правильной стратегии. Политические (методы реализации государственной политики), экономические (инфляция, занятость, производительность труда и др.), социальные (население, менталитет), технологические (развитие науки и техники).

**Ход выполнения работы.** Внесите в таблицу информацию о внешней и внутренней среде организации.

**Задание для выполнения обучающимися.**

Внесите в таблицу 4 информацию о внешней и внутренней среде организации «Многопрофильная ветеринарная клиника».

**Таблица 4**

**Среда предприятия**

№ п/п	Элементы внутренней среды	Элементы внешней среды

**Контрольные вопросы к практическому занятию №7.**

1. Что такое среда предприятия?
2. Какие факторы не зависят от предприятия, а на какие оно может оказывать влияние?

## **Практическое занятие № 8: Определение критериев успеха организации. Процесс менеджмента.**

**Цель занятия.** Закрепление знаний управленческого цикла, особенности менеджмента в области животноводства, сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом (ОК-10).

**Теоретические основы.** *Менеджмент* (англ. *management* — управление, система управления) — это совокупность современных технологий, принципов, методов, средств и форм управления, направленных на повышение эффективности работы различных предприятий.

Менеджмент представляется в качестве процесса, окончанием или же его результативной точкой является конкретный результат в виде полученной продукции и достигнутых результатов. Менеджмент является системой, состоящей из отдельных частей, элементов, структура которых направлена на обработку входящих в неё ресурсов и их трансформацию в конечный результат.

**Ход выполнения работы.** Воспользовавшись списком литературы и электронных ресурсов, найдите информацию необходимую для выполнения задания. Выполните описание процессов в виде эссе (небольшого рассказа).

**Задание для выполнения обучающимися.** Дайте описание процессам менеджмента. Назовите критерии успеха организации.

### **Контрольные вопросы к практическому занятию № 8.**

1. Что такое менеджмент?
2. Эффективность работы предприятия и прибыльность – это синонимы?
3. Опишите и зарисуйте кольцо менеджмента.

## ***Практическое занятие № 9: Решение ситуационных задач.***

**Цель занятия:** Цель занятия. Закрепление знаний основ экономики, менеджмента в области животноводства, сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом (ОК-10).

**Теоретические основы.** Ситуационные задачи основаны на изученном материале.

**Ход выполнения работы.** Воспользовавшись списком литературы и электронных ресурсов, найдите информацию необходимую для решения задач. Воспользуйтесь конспектом.

### **Задание для выполнения обучающимися.**

Задача 1. Допустим, что вы имеете 100 долл. И решаете: сохранить или потратить. Известно, что, положив деньги в банк, через год можно получить 110долл. Инфляция составляет 13% в год. Каково будет ваше решение? Каковы номинальная и реальная процентные ставки?

Задача 2. Стоимость аппарата УЗИ - 700 тыс. р. Нормативный срок службы - 10 лет. Рассчитайте величину амортизационных отчислений, которые накопятся за 5 лет службы машины.

Задача 3. В результате повышения цены товара с 5 до 6 рублей объем спроса сократился с 9 до 7 млн. шт. в год. Общий уровень цен не изменился. Определите коэффициент эластичности спроса по цене.

Задача 4. Вчера в буфете продано 100 булочек по 20 рублей. Сегодня буфетчица продавала их по 25 рублей и продала всего 30 штук. Рассчитайте выручку в каждый из дней. Объясните снижение объемов продаж, если количество студентов и продолжительность занятий были неизменны в эти 2 дня.

## ***Практическое занятие № 10. Разработать план рекламной кампании.***

**Цель занятия.** Закрепление знаний управленческого цикла, сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом (ОК-10).

### **Теоретические основы.**

**Рекламная кампания** — это целенаправленная система спланированных рекламных мероприятий, объединённых одной идеей и концепцией для достижения конкретной маркетинговой цели в рамках согласованной маркетинговой стратегии рекламодателя, в установленные предварительным анализом период времени, область действия, рынок и целевую аудиторию.

### Этапы рекламной кампании:

---

1. Маркетинговый и рекламный аудит;
2. Копирайтинг (стратегия, идеи и текст);
3. Дизайн и форматирование;
4. Тестирование.

### Подробный вариант этапов:

1. определение цели кампании;
2. определение и изучение целевой аудитории воздействия;
3. формирование предварительного бюджета;
4. назначение ответственных лиц;
5. определение основной идеи и разработка на её основе концепции рекламной кампании;
6. определение средств рекламы и выбор оптимальных каналов коммуникации;
7. разработка рекламных обращений и мероприятий других форм маркетинговых коммуникаций;
8. формирование окончательного бюджета рекламной кампании;



9. составление детального плана проведения мероприятий;
10. производство рекламоносителей, закупка места и времени для размещения рекламных материалов;
11. практическая реализация рекламной кампании;
12. анализ эффективности рекламной кампании.

### **Ход выполнения работы.**

Для разработки задания для рекламной кампании, определите;

- целевую аудиторию,
- объем финансирования,
- направление рекламы,
- вид рекламы,
- цель рекламной компании.

Расставьте приоритеты.

**Задание для выполнения обучающимися.** Составить план рекламной компании услуг груминга/стоматологических/иглоуклывания, предоставляемых в ветеринарной клинике.

### **Контрольные вопросы к практическому занятию №10.**

1. Что такое реклама?
2. Что такое целевая аудитория?

## РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА ПРИ ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1. Пястолов, С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Практикум : учебно-практическое пособие / Пястолов С.М. — Москва : КноРус, 2019. — 193 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07056-7. — URL: <https://book.ru/book/932144>

(дата обращения: 07.10.2020). — Текст : электронный.

2. Мумладзе, Р.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Мумладзе Р.Г., Парамонов В.С., Литвина Н.И. — Москва : Русайнс, 2016. — 350 с. — ISBN 978-5-4365-0732-3. — URL: <https://book.ru/book/919670>

(дата обращения: 07.10.2020). — Текст : электронный.

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет:**

1. Электронно-библиотечная система «Лань»: сайт / ООО «Издательство «Лань». – Санкт-Петербург, 2010. - URL :<https://e.lanbook.com> (дата обращения: 24.08.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

2. Электронно-библиотечная система «ZNANIUM. COM»: сайт / ООО «ЗНАНИУМ». - Москва, 2010. - URL :<https://znanium.com> (дата обращения : 24.08.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

3. Образовательный портал МГАВМиБ - МВА имени К.И. Скрябина. – URL : <https://portal.mgavm.ru/login/index.php>. – Москва, 2021. – © ФГБОУ ВО МГАВМиБ – МВА имени К. И. Скрябина. – Режим доступа: для авторизованных пользователей. – Текст : электронный.