

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО
ТРАНСПОРТА**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования**

**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ
СООБЩЕНИЯ»**

(МИИТ)

УТВЕРЖДАЮ:

Директор РОАТ

Апатцев В.И.

« » _____ 2011 г.

Кафедра ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Авторы: Вьюгина Л.К. к.э.н., доц.
Охотников И.В. к.э.н., доц.

Учебно-методический комплекс по дисциплине

Экономика фирмы

Специальность 080103.65 Национальная экономика и 080507.65 Менеджмент
организации

Утверждено на заседании
Учебно-методической комиссии
РОАТ

Протокол № 4

«01» 07 2011 г.

Председатель УМК _____
А.В.Горелик

Утверждено на заседании кафедры

Протокол № 11

«22» 06 2011 г.

Зав. Кафедрой _____
Т.М.Степанян

Москва 2011

Автор-составитель:

Вьюгина Л.К. к.э.н., доц.
Охотников И.В. к.э.н., доц.

Учебно-методический комплекс по дисциплине

Экономика фирмы

Составлен в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования/основной программы по специальности 080103 Национальная экономика и 080507 Менеджмент организации

Дисциплина входит в федеральный /региональный компонент общих гуманитарных и социально-экономических, общепрофессиональных и специальных дисциплин специализации и является обязательной для студентов 3 курса дневной формы обучения и студентов 5 курса специальности «Национальная экономика» и студентов 5 курса специальности «Менеджмент организации» заочной формы обучения.

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО
ТРАНСПОРТА**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования**

**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ
СООБЩЕНИЯ»**

(МИИТ)

СОГЛАСОВАНО:

УТВЕРЖДАЮ:

Выпускающая кафедра _____

Директор РОАТ

Зав. Кафедрой _____

_____ Апатцев В.И.

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 2011

г.

Кафедра Экономическая теория
Авторы: Вьюгина Л.К. к.э.н., доц.
Охотников И.В. к.э.н., доц.

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Экономика фирмы

Специальность/направление 080103 Национальная экономика и 080507
Менеджмент организации

Утверждено на заседании
Учебно-методической комиссии
РОАТ
Протокол № 4
«01» 07 2011г.
Председатель УМК
_____ А.В.Горелик

Утверждено на заседании кафедры
Протокол № 11
« 22 » 06 2011г.
Зав. Кафедрой _____
_____ Т.М.Степанян

Москва 2011.

Программа разработана на основании примерной учебной программы дисциплины, составленной в соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки студентов по специальности 080103 Национальная экономика и 080507 Менеджмент организации

Вид учебной работы	Всего часов	ДНЭ(дневная форма обучения)	НЭ (заочная форма обучения)	МО (заочная форма обучения)
Общая трудоёмкость дисциплины	Из учебного плана	65	65	125
Аудиторные занятия	Из учебного плана	34	8	20
Лекции		17	4	12
Практические занятия		17	4	8
Самостоятельная работа	Из учебного плана	31	57	105
Контрольная работа		-	-	1
Вид итогового контроля		экзамен	Диф.зачет	экзамен

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями дисциплины «Экономика фирмы» являются изучение и практическое освоение студентами хозяйственной деятельности фирм в сфере производства, финансового и товарного обращения. Для осуществления профессиональной деятельности современный специалист должен обладать экономическими, организационными и правовыми знаниями, что способствует стабильности функционирования предприятия на рынке.

Изучение хозяйственной деятельности позволит освоить законы рыночного взаимодействия и хозяйствования, использовать принципы и приемы эффективного использования ресурсов, расширить потенциальные возможности предпринимательского дела в условиях рыночной конкуренции.

Предметом изучения дисциплины «Экономика фирмы» являются субъекты различной организационно-правовой формы и хозяйственной деятельности на рынке.

Задачами дисциплины «Экономика фирмы» являются усвоение и закрепление полученных теоретических знаний и навыков в принятии решений по всем основным вопросам хозяйственной деятельности фирм.

Динамичное развитие и управление национальной экономикой в современных условиях возможно осуществлять при координации рыночного и организационного подходов в вопросах хозяйственной деятельности. В этой связи изучение экономики фирмы, как интегрированного подхода к хозяйственной деятельности, приобретает особое значение.

Дисциплина «Экономика фирмы» - интегрированный курс и тесно связан с изучением дисциплин общеобразовательного характера такими как «Маркетинг», «Менеджмент», «Экономика отраслевых рынков», «Институциональная экономика», «Логистика», «Бухгалтерский учет», «Финансы и кредит».

2. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ

СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучив дисциплину, студент должен:

1. уметь использовать -
 - основные методологические подходы и принципы разработки эффективных хозяйственных решений в сфере деятельности фирмы;
 - принципы организации процесса управления фирмой;
 - основные методы и принципы организации производственной структуры предприятия, организации производственного цикла;
 - принципы формирования издержек производства, калькуляции себестоимости продукции, ценовой политики предприятия;

- принципы и методы оценки риска в предпринимательской деятельности и её эффективности;
 - принципы инновационной деятельности фирмы, инвестиционной политики;
 - принципы и методы управления персоналом фирмы и стимулирования производительности труда.
 - основные методы анализа макро- и микросреды фирмы, оценки конкурентоспособности и прогнозирования экономической конъюнктуры.
2. овладеть:
- принципами выдвижения и оценки целей фирмы, определения иерархии задач, решение которых необходимо для достижения главной цели, определения профиля (миссии) фирмы;
 - принципы и методы формирования, использования капитала и накопления доходов (прибыли) фирмы;
 - принципы формирования издержек производства, калькуляции себестоимости продукции, ценовой политики предприятия;
 - методологией разрешения хозяйственных задач в сфере деятельности фирмы с целью повышения эффективности организационных процессов и оценки их состояния.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	ДНЭ(дневная форма обучения)	НЭ (заочная форма обучения)	МО (заочная форма обучения)
Общая трудоёмкость дисциплины	Из учебного плана	65	65	125
Аудиторные занятия	Из учебного плана	34	8	20
Лекции		17	4	12
Практические занятия		17	4	8
Самостоятельная работа	Из учебного плана	31	57	105
Контрольная работа		-	-	1
Вид итогового контроля		экзамен	Диф.зачет	экзамен

4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Экономика фирмы» предусматривается проведение лекционных и семинарских занятий, выполнение контрольной работы студентами специальности «Менеджмент организации» заочной формы обучения, а также сдачу экзамена или дифференцированного зачета как вида итогового контроля.

Основные виды учебной работы для студента заключаются в подготовке к лекциям, самостоятельная работа с материалами периодической печати, подготовка к семинарским занятиям, индивидуальные консультации с преподавателями, написание и защита контрольной работы и экзамен.

Практические и семинарские занятия посвящены обсуждению основных тем дисциплины и проводятся в форме дискуссий, деловых игр, презентаций докладов. Подготовка к практическим и семинарским занятиям предполагает самостоятельную работу студента с литературой, рекомендованной по теме.

Текущий контроль успеваемости студентов осуществляется посредством определения дифференцированной оценки выступлений на семинарских занятиях и при проведении тестов. Промежуточный контроль предполагает выполнение письменной контрольной работы, успешное выполнение и защита контрольной работы является обязательным условием допуска к экзамену.

Для контроля усвоения дисциплины учебным планом предусматривается экзамен или дифференцированный зачет, оценка за который может выставляться интегрированным итогом по результатам активности и целостности выполненной работы на семинарских занятиях, оценки выполненной контрольной работы, результатам оценки теоретических знаний на экзамене.

4.1.РАЗДЕЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ ЗАНЯТИЙ

Темы дисциплины	ДНЭ(дневная форма обучения)	НЭ (заочная форма обучения)	МО (заочная форма обучения)
	Лекции (17) и СЗ (17)	Лекции (4) и СЗ (4)	Лекции (12) и СЗ (8)
Тема 1. Природа фирмы: альтернативные концепции; макросреда и микросреда фирмы	2		
Тема 2. Модель функционирования фирмы в рыночной			

среде	2	2	2
Тема 3. Организационная структура фирмы и принципы	2		2
Тема 4. Конкурентоспособность фирмы	2		
Тема 5. Налогообложение фирмы	2		2
Тема 6. Издержки производства и себестоимость продукции	2	2	2
Тема 7. Результаты деятельности фирмы	2		2
Тема 8. Стратегия внешнеэкономической деятельности фирмы	2		2
Тема С3. Ресурсное обеспечение фирмы	2		2
Тема С3. Основные средства фирмы	2		2
Тема С3. Оборотные средства фирмы	2	2	2
Тема С3. Трудовые ресурсы фирмы	2		
Тема С3. Компьютерные технологии автоматизации управления фирмой	2	2	2

Тема СЗ. Экономическая стратегия фирмы	2		
Тема СЗ. Стратегический анализ, диагноз и синтез в стратегическом планировании фирмы	2		
Тема СЗ. Выбор стратегических альтернатив развития фирмы	2		
Тема ЛК +СЗ. Разработка товарной стратегии фирмы	1 + 1(СЗ)		
Всего часов	17/17(ДНЭ)	4/4(НЭ)	12/8(МО)

4.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ЛЕКЦИОННЫЕ ЗАНЯТИЯ

Тема 1. Природа фирмы: альтернативные концепции. Макро и микросреда фирмы

Фирма как основной субъект предпринимательской деятельности. Понятие предпринимательства как экономической категории. Исторический обзор развития форм предпринимательства в экономике. Специфика предпринимательской деятельности в разных отраслях, сферах хозяйственной деятельности. Инновационный характер современного предпринимательства. Институциональные предпосылки развития предпринимательства в рыночном хозяйстве России.

Фирма как один из основных институтов современной экономической системы, представляющая собой обособленный субъект экономической деятельности, осуществляющий свои функции во внешней экономической среде. Отличие фирмы от других экономических институтов.

Технологическая концепция фирмы. Классическая и неоклассическая микроэкономическая теория. Фирма как структура, оптимизирующая трансформационные издержки при минимально эффективном выпуске

отрасли. Технологические границы фирмы. Определение горизонтального и вертикального роста фирмы с точки зрения технических условий эффективности её функционирования.

Контрактная концепция фирмы. Институциональная и неинституциональная экономическая теория. Теории агентских отношений и транзакционных издержек. Фирма как совокупность контрактных отношений внутреннего и внешнего уровней, функционирующая между двумя видами издержек – транзакционных издержек, определяющих нижнюю границу фирмы, её минимальный размер, и издержками контроля, которые задают верхнюю границу фирмы, её максимальный размер. Фирма как структура, оптимизирующая транзакционные издержки функционирования механизма цен.

Стратегическая концепция фирмы. Теория организации промышленности и отраслевых рынков. Концепция стратегического управления. Теория пассивного и активного поведения фирмы. Фирма как активный субъект рыночной структуры, оказывающая императивное воздействие на отраслевую структуру, затраты и условия спроса, а также на экономику в целом. Факторы стратегического поведения фирмы, через которые фирма реализует свои цели. Сущность стратегии как сознательного, целенаправленного поведения фирмы как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах.

Макросреда фирмы как совокупность сил, внешних по отношению к фирме, оказывающих опосредованное влияние на неё через среду ближайшего окружения. Состав макросреды, характеристика её составляющих и их влияние на организацию.

Микросреда фирмы как совокупность внутренней среды организации и сил ближайшего окружения, непосредственно и наиболее часто на неё влияющих.

Состав микросреды, характеристика её составляющих. Внутренняя среда фирмы как система взаимосвязанных функциональных областей, являющихся универсальными для всех типов фирм. Среда ближайшего окружения как система основных сил, внешних по отношению к фирме, оказывающих непосредственное и наиболее частое воздействие на неё.

Стратегическая Бизнес Единица (Strategic Business Unit - SBU) как одно из ключевых понятий в стратегическом подходе к природе фирмы. Определение SBU через сочетание функциональных областей внутренней среды организации с элементами среды ближайшего окружения фирмы.

Стратегический и ситуационный анализ макро- и микросреды фирмы. Установление и оценка факторов, представляющих угрозу или способствующих развитию предприятия. Изучение изменений, влияющих на текущую деятельность организации, и установление их тенденций.

(1, 5, 8, 11,13,16,18)

Тема 2. Модель функционирования фирмы в рыночной среде

Общая модель построения и функционирования фирм (предпринимательских структур) рыночного типа. Альтернативные концепции целеполагания фирмы. Фирма как инструмент достижения специфических целей экономических агентов: акционеров, индивидуальных собственников, управляющих, работников, кредиторов, дебиторов. Проблема собственника и управляющего.

Классификация предпринимательских структур по виду хозяйственной деятельности, формам собственности, масштабам деятельности, с точки зрения отраслевой сферы и территориального (регионального) размещения. Основные организационно-правовые формы предпринимательских структур, предусмотренные Гражданским кодексом Российской Федерации. Порядок создания и ликвидации фирм. Обоснование выбора наиболее эффективной организационно-правовой формы и сферы деятельности.

Основные функции фирмы: маркетинг, производство, научно-техническое развитие и инвестиции, материально-техническое обеспечение, ведение финансов и учета, управление персоналом. Анализ взаимосвязи, взаимозависимости и взаимодействия основных функций.

Производство. Технологические системы по переработке сырья и выпуску готовой продукции. Факторы, формирующие производственную структуру. Типы производственных систем.

Научно-техническое развитие. Влияние научно-технического прогресса на деятельность предпринимательских структур, их конкурентоспособность в условиях рыночного хозяйства. Необходимость постоянного совершенствования технической базы производственно-хозяйственной деятельности в целях повышения качества товаров и услуг, снижения их себестоимости. Разработка и реализация проектов научно-технического развития фирмы. Оценка эффективности новых разработок.

Инвестиции. Инвестиции и их роль в становлении и развитии фирмы. Источники инвестиций, их классификация. Собственные ресурсы для финансирования капитальных вложений на обновление и расширение производственной базы фирмы. Привлечение сторонних инвесторов, банковских кредитов. Оценка эффективности (сроков окупаемости) производственных капитальных вложений. Инвестиционные проекты, порядок их разработки. Технико-экономическое и экологическое обоснование инвестиционных проектов, их научная экспертиза.

Материально-техническое обеспечение. Роль, значение и задачи материально-технического обеспечения фирмы. Методы выбора поставщиков. Сущность, виды и назначение фирм-посредников, их характеристики. Современная организация движения материальных потоков. Логистическая система фирмы.

(2,7,9,19,20,21)

Тема 3. Организационная структура фирмы и принципы управления

Понятие организационной структуры фирмы, этапы ее построения в системе горизонтального и вертикального разделения труда.

Влияние сферы и масштабов хозяйственной деятельности, формы собственности на выбор наиболее рациональной организационной структуры фирмы.

Критерии формирования рациональных организационных структур: адекватность и эффективность взаимодействия с внешней средой, взаимосвязь с выбором стратегии фирмы.

Общая классификация организационных структур. *Линейно-функциональные структуры*. U-форма (Unitary) как “чистая” иерархия без внутренних рынков, отличающаяся небольшими издержками контроля и большими транзакционными издержками. Её характеристика и сфера использования.

Дивизиональные структуры. M-форма (Multiproduct) как организационная структура с внутренним рынком капитала, характеризующаяся относительно не большими транзакционными издержками и высокими издержками контроля. Её характеристика и сфера применения.

Программно-целевые структуры, как новые современные организационные структуры и факторы, обусловившие их возникновение. Виды программно-целевых структур: адаптивные и структуры, ориентированные на нововведения. Проектная и матричная форма адаптивных структур.

Понятия делегирования полномочий и ответственности. Взаимоотношение полномочий, пределы полномочий. Линейные и аппаратные (штатные) полномочия, их характеристики. Типы административного (штабного) аппарата. Скалярный процесс (цепь команд).

Должностные права и обязанности. Определение должностных обязанностей как совокупности определенных задач и функций. Распределение задач среди сотрудников.

Организационные структуры, осуществляющие научно-исследовательские и проектно-конструкторские разработки, контроль за эффективностью их использования. Организационные структуры, управляющие процессами инвестиционной деятельности фирмы.

(2, 11,14,16,26,27)

Тема 4. Конкурентоспособность фирмы

Конкуренция и рыночная структура. Определение конкуренции с одной стороны, как ряда условий, которые ставят фирму в положение "принимающего цену", с другой стороны как тип поведения фирм-соперников.

Модель пяти сил конкуренции М. Портера. Основные положения. Факторы влияющие на силу конкурентной борьбы. Движущие силы рынка. Причины изменений на рынке и условий конкуренции.

Анализ конкурентов и их возможных действий. Порядок составления карты стратегических групп конкурентов.

Основы теории конкурентного преимущества. Теория сравнительных издержек Д. Рикардо. Модель сравнительных преимуществ Хекшера - Олина. Парадокс Леонтьева.

Теория конкурентного преимущества М. Портера. Детерминанты "национального ромба", формирующие конкурентную среду, в которой действует фирма, усиливающие, либо ослабляющие потенциальный уровень конкурентного преимущества фирмы этой страны.

Понятие конкурентоспособности фирмы. Проблемы, связанные с оценкой конкурентоспособности, то есть с выявлением характера конкурентного преимущества фирмы по сравнению с другими фирмами.

Понятие сильных и слабых сторон организации по сравнению с конкурентами, возможностей и угроз, возникающих вследствие изменений в микро - и макросреде. Технология проведения SWOT- анализа. Порядок составления Матрицы SWOT - анализа.

Поддержание конкурентного преимущества. Модель жизненного цикла конкурентного преимущества фирмы.

(3,4,12,26,28,31)

Тема 5. Налогообложение фирмы

Налогообложение предприятий как инструмент реализации фискальной политики государства и форма регулирования предпринимательской деятельности.

Модель хозяйственного механизма фирмы, основанная на формировании прибыли. Налог на прибыль как система безвозмездного изъятия определенной доли прибыли в государственный бюджет являющаяся неизбежным, необходимым элементом в процессе функционирования капитала фирмы.

Элементы налоговой системы. Виды налогов, их классификация. Ставки налогов. Определение налогооблагаемой базы. Порядок исчисления и уплаты налогов. Льготы по налогообложению. Правовое и организационное обеспечение функционирования налогового механизма.

Стратегия формирования портфеля безналоговых (или минимизирующих налоги) рыночных трансакций. Методы проектирования безналоговых ситуаций.

(1,5,16,22,23,37)

Тема 6. Издержки производства и себестоимость продукции

Текущие и капитальные затраты в деятельности фирмы. Понятие, содержание текущих и капитальных затрат в зависимости от их назначения и сферы использования.

Издержки производства. Факторы, влияющие на структуру и уровень издержек производства.

Варианты учета затрат на производство. Состав и классификация затрат по экономическим элементам, статьям калькуляции. Система учета неполной себестоимости — "директ-костинг". Группировка затрат по экономическим элементам в соответствии с "Положением о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ и услуг) и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли". Группировка затрат по статьям калькуляции. Методика расчета. Классификация калькуляционных статей.

Стратегический анализ издержек с точки зрения усиления конкурентоспособности фирмы. Процесс построения структуры кумулятивных затрат. Выделение основных преимуществ фирмы по низким издержкам, в отношении основных сил конкуренции. Регулирование уровня кумулятивных затрат путем дифференциации и сбережения на всех стадиях производства и продвижения товара.

Основные расчетные показатели себестоимости: смета затрат; калькуляции себестоимости отдельных видов продукции; плановая себестоимость товарного выпуска и реализуемой продукции; затраты на 1 рубль товарной продукции.

Анализ издержек производства. Предельные и средние издержки. Использование предельных и средних оценок в экономическом анализе поведения фирмы. Достижение максимальной прибыли на равенстве предельных доходов и издержек. Стратегия снижения производственных издержек.

(2,9,11,19,20,26,29)

Тема 7. Результаты деятельности фирмы

Результативность деятельности фирмы. Понятие. Формы и результаты: материально-вещественные, финансовые, социальные. Критерии оценки. Статистический и динамический аспект. Понятие эффекта и эффективности.

Производство продукции (работ, услуг). Показатели, характеризующие объем выполненной работы. Оценка продукции (работ, услуг) в стоимостной и натуральной формах. Валовая, товарная, реализованная продукция. Качество и технический уровень продукции. Расширение рынков сбыта и сфер влияния. Диверсификация деятельности. Имущественный потенциал фирмы. Приращение производственного капитала фирмы.

Финансовые результаты деятельности фирмы. Прибыль фирмы как финансовый результат ее деятельности. Факторы, определяющие ее уровень. Структура и порядок формирования финансового результата. Рентабельность фирмы и методы ее определения. Система показателей рентабельности.

Распределение и использование прибыли фирмы. Накопление, потребление, образование резервов, расчет с учредителями и участниками по вкладам (паям) и акциям.

Показатели финансовой устойчивости, ликвидности и инвестиционной привлекательности. Уровень и динамика дивидендов. Курс акций.

Социальные результаты. Фирма и общество: социальная ответственность бизнеса. Социальный статус фирмы в обществе. Деловая репутация фирмы (имидж). Укрепление и развитие связей с институциональными структурами общества.

(1,18,20,26,29,38)

Тема 8. Стратегия внешнеэкономической деятельности фирмы

Внешнеэкономическая деятельность фирмы, основные направления. Цели международного развития фирмы. Формы международного развития. Факторы, определяющие направления стратегии внешнеэкономической деятельности фирмы. Национальная внешнеэкономическая политика. Международные экономические отношения, тенденции в мировых экономических связях. Факторы рынков страны - стратегического поля деятельности фирмы, и внутрифирменные факторы.

Международная сегментация. Принципы транснационального маркетинга. Потенциал глобализации товаров и рынков. Стратегии международного развития. Формы международной организации, отвечающие различным подходам к международному рынку. Стратегии входа на зарубежные рынки: непрямой экспорт, прямой экспорт, производство на зарубежных рынках. Стратегии ценообразования при внешнеэкономической деятельности. Стратегии международного и финансового планирования позволяющие минимизировать налоги.

(13,14,33,35,40)

Тема 9. Разработка товарной стратегии фирмы (1 час ЛК + 1 час СЗ)

Стратегическая сегментация внешней и внутренней среды фирмы. Этапы стратегической сегментации рынка.

Макросегментация как этап исследования рынка, с целью идентификации отдельных сегментов внешней среды - стратегических зон хозяйствования (СЗХ) (базовых рынков), на которые фирма имеет (или хочет иметь) выход.

Микросегментация как этап исследования рынка, с целью выявления внутри каждой ранее идентифицированной СЗХ "сегменты" потребителей. Этапы микросегментации: анализ сегментации, выбор целевых сегментов,

выбор позиционирования, разработка целевой маркетинговой программы. Правила эффективной сегментации.

Матричные модели анализа портфеля рынков товара. Теоретические концепции используемые в матричных моделях.

Метод Бостонской консалтинговой группы (БКГ) – матрица «рост рынка – доля рынка». Диагноз товарного портфеля на основе матрицы «рост рынка – доля рынка». Достоинства и ограничения матрицы «рост рынка – доля рынка».

Формирование товарного ассортимента. Основные альтернативы товарной стратегии. Позиционирование как инструмент реализации стратегии дифференциации. Процедура выбора позиционирования при формировании товарной стратегии фирмы. Альтернативные типы позиционирования марки. Содержание маркетинговой программы фирмы и порядок ее разработки.

(17,21,31,32,35)

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ

1. Каковы основные признаки фирмы?
2. Что показывает технологический подход к фирме? В каких случаях он может использоваться?
3. Как объясняет природу фирмы контрактная концепция фирмы? Где её целесообразно применять?
4. Объясните причину вертикальной интеграции, используя технологический и контрактный подход к природе фирмы.
5. Каким образом различные подходы к фирме соотносятся с её видами внутренней структуры?
6. Назовите основные составляющие макросреды организации. Какие факторы (показатели) макросреды необходимо учитывать при стратегическом анализе?
7. Состав микросреды организации. Какими функциональными областями определяется внутренняя среда организации ?
8. Состав среды ближайшего окружения. Какие элементы относят к категории «контактная аудитория»?
9. Понятие Стратегической Бизнес Единицы. Каковы общие признаки SBU?
10. Какое влияние оказывает изменение форм собственности на организационную структуру?
 11. Как разделяются функции между собственником и руководителем в условиях рынка?
 12. По каким признакам выделяются малые предприятия?
 13. От чего зависит модель поведения фирмы в экономической системе?
 14. В чем заключается маркетинговая функция фирмы, как базовой предпосылки возникновения фирмы?

15. Что понимается под организационной структурой управления фирмой?
16. Назовите основные типы организационных структур управления. В чем состоят преимущества и недостатки каждого из перечисленных типов структур?
17. Какие факторы влияют на выбор той или иной управленческой структуры?
18. Что может служить показателем эффективности применения организационной структуры?
19. Дайте определение проектного управления и приведите варианты его организации.
20. Назовите пять конкурентных сил (по М. Портеру). Что определяет эти силы?
21. Дайте характеристику основных черт конкурентных взаимодействий фирм. Что понимают под «центральной рингом» конкурентной борьбы?
22. Что такое «стратегическая группа конкурентов»? Приведите примеры из наиболее известной Вам отрасли промышленности.
23. Что понимают под конкурентным преимуществом фирмы? Изложите динамику взглядов на феномен конкурентоспособности фирмы.
24. Что характеризует «национальный ромб»? В чем состоят особенности «национального ромба» страны, переходящей от централизованно планируемой экономики к рыночным отношениям?
25. Дайте определение следующим категориям и показателям: налоговая ставка; объект налогообложения; субъект налогообложения; база налога; единица налогообложения.
26. Функции налогов в национальной экономической системе.
27. Какие налоги и платежи вносит предприятие в бюджет и во внебюджетные фонды?
28. Какова мировая практика налогообложения фирм?
29. Что такое экономические ресурсы предприятия?
30. Какие ресурсы образуют производственную систему? Суть особого вида ресурсов.
31. Предложите способ вычленения элементов стратегического потенциала фирмы.
32. Как с помощью матрицы стратегического потенциала определить направления его совершенствования?
33. В чем сущность основных фондов? Каковы закономерности и показатели их воспроизводства?
34. Как характеризуется состав и структура основных фондов?
35. Какие существуют виды оценок основных фондов?
36. Какие существуют виды износа средств труда? Каково значение их учета в системе амортизации?

37. Каковы резервы повышения эффективности использования основных фондов?
38. Дайте определение понятий «оборотные средства», «оборотные производственные фонды», «фонды обращения».
39. Чем объясняется необходимость нормирования оборотных средств на предприятии?
40. Назовите основные принципы, методы и этапы планирования оборотных средств.
41. Как рассчитываются показатели, характеризующие скорость оборотных средств?
42. Какие способы повышения эффективности использования оборотных средств имеют особое значение в современных условиях?
43. Назовите группы работников по их роли в производственном процессе фирмы.
2. Дайте определение понятия производительности труда. Какие показатели используются для ее измерения?
3. Что такое «мотивационное поле»? От чего зависит «напряженность мотивационного поля», его внешних и внутренних составляющих?
4. Как выбрать наиболее предпочтительный момент применения стимулирующего воздействия ?
44. Что должно быть отражено в контрактах, заключаемых администрацией фирмы при найме работника той или иной категории?
45. Что включается в состав затрат, включаемых в себестоимость продукции? Каковы их классификации?
46. Перечислите основные виды калькуляции. Каков порядок определения себестоимости единицы изделия?
47. Дайте определение постоянных, переменных, валовых, средних и предельных затрат.
48. Как определить оптимум объема производства с точки зрения минимизации затрат фирмы?
49. Перечислите сильные и слабые стороны стратегии, направленной на снижение издержек производства по всей цепочке нарастания затрат.
50. Охарактеризуйте процесс формирования чистой прибыли предприятия. Какова система показателей прибыли?
51. Назовите состав балансовой и чистой прибыли.
52. В чем состоят особенности распределения прибыли на предприятиях различных организационно-правовых форм?
53. Каков порядок и методы планирования прибыли?
54. По каким показателям анализируется и диагностируется финансовое состояние предприятия?

55. В чем заключается социальная ответственность фирмы перед обществом?
56. В чем заключается основная цель интегрированной управленческо-информационной системы? Как разработать общую концепцию такой системы?
57. В рамках интегрированных управленческо-информационных систем различают: банки базовых данных и банки базовых моделей, в чем их различие и предназначение?
58. Алгоритм создания финансовой модели предприятия и разработки бизнес-плана, реализованный в программе «Project Expert».
59. Алгоритм разработки стратегического плана маркетинга, реализованный в программе «Marketing Expert».
60. Покажите связь между экономической стратегией и маркетингом как принципом управления предприятия.
61. В чем суть процесса стратегического планирования, построенного по циклическому принципу?
62. Что оказывает определяющее влияние на направленность экономической стратегии?
63. В чем сущность экономической стратегии с позиций сокращения транзакционных издержек?
64. Что такое «портфель рыночных транзакций»?
65. Что является основным атрибутом экономической стратегии ?
66. Перечислите основные составляющие экономической стратегии.
67. Назовите глобальную цель экономической организации.
68. Назначение и роль миссии фирмы.
69. Как экономический рост может повлиять на выбор миссии фирмы?
70. Как связаны между собой понятия миссии фирмы и ее основной концепции?
71. Как связаны между собой понятия «миссия» фирмы и «мотивация» начала бизнеса ?
72. Содержание и предпосылки базовых стратегий, по мнению М.Портера. По каким критериям различают базовые конкурентные стратегии ?
73. Какую из базовых конкурентных стратегий выбрать за основу руководству фирмы, при разработке своей экономической стратегии? От чего зависит этот выбор?
74. Какие стратегии роста, по отношению к базовому рынку, выделяет И. Ансофф ?
75. В чем смысл стратегий роста по отношению к производственной цепочке?
76. С какой из базовых стратегий М. Портера совпадает предложенная Ф.Котлером «стратегия специалиста», в чем смысл этих двух стратегий?

77. На какие три основных типа можно разделить систему управления предприятием в зависимости от уровня нестабильности внешней и внутренней среды ?
78. Назовите основные группы планов, которые должны разрабатываться в организации, и их содержание.
79. В чем заключается основная цель разработки бюджета предприятия?
80. Определите основные оценочные и подконтрольные показатели деятельности предприятия, используемые при оперативном контроллинге.
81. В чем сущность и какова схема разработки «следающей» системы контроллинга на предприятии?

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Фирма как основной субъект предпринимательской деятельности в системе рыночных отношений.
2. Инновационный характер современного предпринимательства.
3. Институциональные предпосылки развития предпринимательства в рыночном хозяйстве России.
4. Внутренняя среда фирмы как система взаимосвязанных функциональных областей.
5. Характеристика элементов составляющих макросреду организации и их влияние на хозяйственную деятельность.
6. Технологическая концепция развития фирмы.
7. Эволюционный принцип развития фирмы в рыночных условиях.
8. Классификационные особенности предпринимательских структур по виду хозяйственной деятельности.
9. Характеристика и значение функционирования открытых акционерных обществ для развития экономики.
10. Характеристика и значение функционирования закрытых акционерных обществ в отраслях экономики.
11. Совершенствования технической базы производственно-хозяйственной деятельности.
12. Влияние научно-технического прогресса на деятельность и конкурентоспособность предпринимательских структур.
13. Материально-техническое обеспечение фирмы: роль, значение и задачи.
14. Техничко-экономическое и экологическое обоснование инвестиционных проектов, их научная экспертиза.
15. Порядок разработки и обоснования инвестиционных проектов.
16. Общая классификационная характеристика организационных структур предприятия.

17. Линейно-функциональные структуры: цели создания и применение в работе предприятия.
18. Характеристика дивизиональной структуры и сфера ее применения.
19. Программно-целевые структуры: факторы возникновения современных организационных структур и особенности применения.
20. Проведение научно-исследовательских и проектно-конструкторских разработок с участием организационных структур, контроль за эффективностью их использования.
21. Определение конкурентных преимуществ в хозяйственной деятельности фирмы.
22. Причины изменений рыночной среды и условий конкуренции.
23. Технология проведения SWOT- анализа и порядок составления матрицы SWOT - анализа.
24. Поддержание конкурентного преимущества при осуществлении хозяйственной деятельности.
25. Практическое применение модели жизненного цикла конкурентного преимущества фирмы.
26. Налогообложение предприятий как инструмент реализации фискальной политики государства и форма регулирования предпринимательской деятельности.
27. Элементы налоговой системы и виды налогов используемые при организации хозяйственной деятельности.
28. Государственное правовое и организационное обеспечение функционирования налогового механизма.
29. Определение и расчет текущих и капитальных затрат в деятельности фирмы.
30. Состав и классификация затрат по экономическим элементам, статьям калькуляции на предприятии.
31. Методы стратегического анализа издержек с точки зрения усиления конкурентоспособности фирмы.
32. Принципы использования стратегии снижения производственных издержек.
33. Формирование финансовых ресурсов предприятия в условиях рынка.
34. Финансовые результаты деятельности фирмы: контроль и учет.
35. Принципы и значение финансового мониторинга в хозяйственной деятельности предприятия.
36. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности фирмы, основные направления.
37. Показатели финансовой устойчивости, ликвидности и инвестиционной привлекательности предприятия.

38. Принципы обеспечения качества и повышения технического уровня выпускаемой продукции.
39. Расширение рынков сбыта и сфер влияния посредством поведения диверсификационной деятельности.
40. Социальные результаты деятельности фирмы.
41. Фирма и общество: социальная ответственность бизнеса.
42. Социальный статус фирмы в обществе и деловая репутация фирмы.
43. Международные экономические отношения, тенденции в мировых экономических связях.
44. Принципы формирования национальной внешнеэкономической политики.
45. Стратегии входа на зарубежные рынки: непрямой экспорт, прямой экспорт, производство на зарубежных рынках.
46. Методы стратегии ценообразования при внешнеэкономической деятельности.
47. Стратегии международного и финансового планирования в деятельности предприятия.
48. Принципы формирования товарного ассортимента на предприятии.
49. Основные альтернативы товарной стратегии при планировании хозяйственной деятельности.
50. Позиционирование товарной продукции как инструмент реализации стратегии дифференциации.
51. Процедура выбора позиционирования при формировании товарной стратегии фирмы.
52. Альтернативные типы позиционирования торговой марки.
53. Содержание маркетинговой программы фирмы и порядок ее разработки.
54. Принципы формирования экономических ресурсов предприятия.
55. Характеристика состава и структуры основных фондов.
56. Основные принципы, методы и этапы планирования оборотных средств.
57. Основы процесса стратегического планирования на предприятии.
58. Цель интегрированной управленческо-информационной системы предприятия.

7. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Конституция Российской Федерации // www.constitution.ru
2. Гражданский кодекс Российской Федерации: Часть I, II, III, IV (ред. от 04.10.2010) // www.consultant.ru

3. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. – М.: Финансы и статистика, 2007.
4. Барков С.А. Методологические подходы к определению эффективности современных систем // Хозяйственные системы в современном мире. Монография / Под ред. Т.М. Степанян. – М.: МАКС Пресс, 2009.
5. Барков С.А. Организационно-рыночные гибриды в современной экономике // Хозяйственные системы в современном мире. Монография / Под ред. Т.М. Степанян. – М.: МАКС Пресс, 2009.
6. Барков С.А. Организация и рынок: противоборство или согласие? – М.: Издательство МГУ, 2009.
7. Барков С.А. Теория организации. Институциональный подход. – М.: КДУ, 2009.
8. Бусыгин А.В. Предпринимательство: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2007.
9. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник.- 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Гардарика, 2008.
10. Грузинов В.П. Грибов В.Д. Экономика предприятия: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2008.
11. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.
12. Кейлер В.А. Экономика предприятия. – М.: ИНФРА-М, Новосибирск, 2009.
13. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб.: Питер Ком, 2008.
14. Кочетков А.И. Анализ налоговых ошибок: Учебное пособие. – М.: Дело и сервис, 2010.
15. Макарьева В.И. Как правильно подготовиться к налоговой проверке. - М.: Налоговый вестник, 2010.
16. Маркова В.Д. Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2009.

17. Менеджмент организации / Под ред. З.П. Румянцевой - М.: Инфра-М, 2007.

Дополнительная

18. Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент: В 2-х т./ Пер. с англ. под ред. И.И. Елисеевой. - СПб.: Экономическая школа, 2009.

19. Мильнер Б.З. Теория организации. – М.: ИНФРА-М, 2009.

20. Олейник А.П. Институциональная экономика. – М.: ИНФРА – М, 2008.

21. Оценка бизнеса./ Под ред. А.Г. Грязновой – М.: Финансы и статистика, 2008.

22. Охотников И.В., Сибирко И.В. Стратегический контроллинг. – М.: МАКС Пресс, 2010.

23. Розанова Н.М. Фирма в экономической системе. – М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2008.

24. Степанов В.И. Логистика: материально-техническое снабжение. – М.: Академия, 2010.

25. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент - М.: Бизнес-школа Интел-Синтез, 2007.

26. Хасби Д. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. – М.: Контур, 2008.

27. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий. - М.: ИНФРА-М, 2009.

28. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. проф. Н.А. Сафронова. – М.: Юристъ, 2008.

29. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. О.И. Волкова. - М.: ИНФРА-М, 2007.

30. Экономика и организация рыночного хозяйства: Учебник / Под ред. Б.К. Злобина. – М.: Экономика, 2010.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

Основные виды учебной работы для студента заключаются в подготовке к лекциям, самостоятельная работа с материалами периодической печати, подготовка к семинарским занятиям, индивидуальные консультации с преподавателями, написание и защита контрольной работы и экзамен.

Практические и семинарские занятия посвящены обсуждению основных тем дисциплины и проводятся в форме дискуссий, деловых игр, презентаций докладов. Подготовка к практическим и семинарским занятиям предполагает самостоятельную работу студента с литературой, рекомендованной по теме.

Текущий контроль успеваемости студентов осуществляется посредством определения дифференцированной оценки выступлений на семинарских занятиях и при проведении тестов. Промежуточный контроль предполагает выполнение письменной контрольной работы, успешное выполнение и защита контрольной работы является обязательным условием допуска к экзамену.

Для контроля усвоения дисциплины учебным планом предусматривается экзамен или дифференцированный зачет, оценка за который может выставляться интегральным итогом по результатам активности на семинарских занятиях, оценки выполненной контрольной работы, результатам оценки теоретических знаний и практических навыков на экзамене.

Изучение дисциплины «Экономика фирмы» позволит расширению знаний основ рыночной системы хозяйствования, использовать принципы и приемы эффективного управления любым предприятием.

Самостоятельная работа поможет ознакомлению с теоретическим материалом, а также позволит проведению статистического анализа в рамках отведенного времени. В пределах отведенного учебного времени будут проанализированы проблемы, которые включают в темы лекционных и семинарских занятий.

Видом итогового контроля данной дисциплины является экзамен или дифференцированный зачет, для успешной сдачи которого поможет выполнение самотестирования.

Согласно учебному плану на проведение семинарских (практических занятий) отводится определенное количество аудиторных часов. Занятия включают в себя анализ нескольких тем, каждая из которых предусматривает рассмотрение актуальных и востребованных современных тем по управлению и ответственному использованию всех видов ресурсов.

Для успешного выполнения практических заданий необходимо пользоваться методическими рекомендациями к заданиям.

ПРАКТИЧЕСКИЕ (СЕМИНАРСКИЕ) ЗАНЯТИЯ

Практические и семинарские занятия посвящены обсуждению основных тем дисциплины и проводятся в форме дискуссий, деловых игр, презентаций докладов. Подготовка к практическим и семинарским занятиям предполагает самостоятельную работу студента с литературой, рекомендованной по теме.

Вопросы для обсуждения на семинарских занятиях по темам дисциплины

Тема С3. Ресурсное обеспечение фирмы

1. Что такое экономические ресурсы предприятия?
2. Какие ресурсы образуют производственную систему? Суть особого вида ресурсов.
3. Предложите способ выделения элементов стратегического потенциала фирмы.
4. Как с помощью матрицы стратегического потенциала определить направления его совершенствования?
(11,16,28,31)

Тема С3. Основные средства фирмы

1. В чем сущность основных фондов? Каковы закономерности и показатели их воспроизводства?
2. Как характеризуется состав и структура основных фондов?
3. Какие существуют виды оценок основных фондов?
4. Какие существуют виды износа средств труда? Каково значение их учета в системе амортизации?
5. Каковы резервы повышения эффективности использования основных фондов?
(12,18,20,26)

Тема С3. Оборотные средства фирмы

1. Дайте определение понятий “оборотные средства”, “оборотные производственные фонды”, “фонды обращения”.
2. Чем объясняется необходимость нормирования оборотных средств на предприятии?
3. Назовите основные принципы, методы и этапы планирования оборотных средств.
4. Как рассчитываются показатели, характеризующие скорость оборотных средств?
5. Какие способы повышения эффективности использования оборотных средств имеют особое значение в современных условиях?
(11,12,18,20,26,28,31)

Тема СЗ. Трудовые ресурсы фирмы

1. Назовите группы работников по их роли в производственном процессе фирмы.
 2. Дайте определение понятия производительности труда. Какие показатели используются для ее измерения?
 3. Что такое "мотивационное поле"? От чего зависит "напряженность" "мотивационного поля", его внешних и внутренних составляющих?
 4. Как выбрать наиболее предпочтительный момент применения стимулирующего воздействия ?
 6. Что должно быть отражено в контрактах, заключаемых администрацией фирмы при найме работника той или иной категории?
- (11,12,18,20,26,28,31)

Тема СЗ. Компьютерные технологии автоматизации управления фирмой

1. В чем заключается основная цель интегрированной управленческо-информационной системы? Как разработать общую концепцию такой системы?
 2. В рамках интегрированных управленческо-информационных систем различают: банки базовых данных и банки базовых моделей, в чем их различие и предназначение?
 3. Алгоритм создания финансовой модели предприятия и разработки бизнес-плана, реализованный в программе "Project Expert".
 4. Алгоритм разработки стратегического плана маркетинга, реализованный в программе "Marketing Expert".
- (10,13,30,31,40)

Тема СЗ. Экономическая стратегия фирмы

1. Покажите связь между экономической стратегией и маркетингом как принципом управления предприятия.
 2. В чем суть процесса стратегического планирования, построенного по циклическому принципу?
 3. Что оказывает определяющее влияние на направленность экономической стратегии?
 4. В чем сущность экономической стратегии с позиций сокращения транзакционных издержек?
 5. Что такое "портфель рыночных транзакций" ?
 6. Что является основным атрибутом экономической стратегии ?
 7. Перечислите основные составляющие экономической стратегии.
- (24,28,30,35)

Тема СЗ. Стратегический анализ, диагноз и синтез в стратегическом планировании фирмы

1. Назовите глобальную цель экономической организации.

2. Назначение и роль миссии фирмы.
3. Как экономический рост может повлиять на выбор миссии фирмы?
4. Как связаны между собой понятия миссии фирмы и ее основной концепции?
5. Как связаны между собой понятия "миссия" фирмы и "мотивация" начала бизнеса ?
(11,16,24,28,30,31,35)

Тема СЗ. Выбор стратегических альтернатив развития фирмы

1. Содержание и предпосылки базовых стратегий, по мнению М.Портера. По каким критериям различают базовые конкурентные стратегии ?
2. Какую из базовых конкурентных стратегий выбрать за основу руководству фирмы, при разработке своей экономической стратегии? От чего зависит этот выбор?
3. Какие стратегии роста, по отношению к базовому рынку, выделяет И. Ансофф ?
4. В чем смысл стратегий роста по отношению к производственной цепочке?
5. С какой из базовых стратегий М. Портера совпадает предложенная Ф.Котлером "стратегия специалиста", в чем смысл этих двух стратегий?
(24,28,30,31,35)

Тема СЗ. Разработка товарной стратегии фирмы

1. Какие параметры используются для выделения стратегической зоны хозяйствования (СЗХ)?
2. Как графически можно представить СЗХ, на какие три рыночные структуры можно разделить СЗХ?
3. Порядок проведения портфельного анализа. Какие две теоретические концепции используются в матричных моделях анализа товарного портфеля?
4. Что является критерием (критериями) формирования предпочтительного товарного ассортимента? Изложите основные этапы формирования товарного ассортимента.
5. Выберите две газеты, ориентированные на определенную социально-демографическую группу (молодежь, бизнесмены, домохозяйки, этническая группа). Отберите четыре рекламных сообщения и попытайтесь определить позиционирование, которого добиваются рекламодатели.
(14,18,20,21,26,28,31)

ТЕСТЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Маркетинговая деятельность фирмы

1. Финансовой целью на этапе разработки нового товара является:
 - 1) сокращение издержек производства,
 - 2) обеспечение безубыточности,

3) сокращение издержек обращения,

4) максимизация прибыли.

2. Из перечисленного:

1) недифференцированный маркетинг;

2) концентрированный маркетинг;

3) дифференцированный маркетинг;

4) общественный маркетинг -

к видам товарной стратегии относятся:

а) 1, 2, 3;

в) 1, 2, 4;

с) 1, 3, 4;

д) 2, 3, 4.

3. Социально-культурная среда предприятия определяет:

1) спрос на рабочую силу,

2) спрос на товары,

3) спрос на энергоресурсы в производстве,

4) место размещение предприятия.

4. Ответственность предприятия перед потребителем вызывает необходимость:

1) предоставление условий товарного кредита;

2) ознакомления покупателя с правилами использования товара;

3) расширения номенклатуры произведенной продукции;

4) оказание дополнительных услуг.

5. Результатом проверки концепции идеи о выпуске нового товара считается:

1) предварительная оценка предложенных идей;

2) оценка реакции потребителя на товар;

3) разработка торговой марки;

4) изучение возможностей осуществления рекламы.

6. На решение в области товарной политики из перечисленного:

1) возможности рынка;

2) налоговое законодательство;

3) задачи предприятия;

4) ресурсы предприятия

оказывают

совместное

—
влияние:

а) 1, 3, 4;

в) 1, 2, 3;

с) 1, 2, 4; :

д) 2, 3, 4.

7. К решению в области товарной политики относятся:

1) совершенствование ценообразования,

2) проведение маркетинговых исследований,

3) снятие с производства устаревающих товаров,

4) установление сроков годности продукции.

Инвестиционная деятельность фирмы

8. Понятие «коммерческая (финансовая) эффективность инвестиционного проекта» характеризует:

- а) результаты от осуществления проекта за расчетный период;
- б) соотношение финансовых затрат и результатов от реализации проекта для его непосредственных участников;
- в) превышение доходов федерального или местного бюджета над расходами в связи с осуществлением инвестиционного проекта;
- г) финансовые, социальные, экологические последствия реализации проекта.

9. Что является критерием отбора инвестиционных проектов (вариантов проекта) для финансирования:

- а) минимальный объем капитальных вложений;
- б) минимальный срок окупаемости всех затрат, связанных с проектом;
- в) чистый дисконтированный доход (ЧДД);
- г) индекс доходности как отношение дисконтированной суммы прибыли к объему инвестиций.

10. Какой срок считается расчетным периодом при определении эффективности инвестиционных проектов:

- а) не свыше 15 лет строительства и 15 лет производства продукции;
- б) от начала инвестиционного замысла до ввода объекта в эксплуатацию;
- в) от начала финансирования проекта (включая разработку ТЭО) до получения результатов от этого проекта;
- г) от начала и до конца получения результатов (продукции) данного проекта.

11. При расчете показателей эффективности инвестиционного проекта с учетом фактора времени следует привести к одному году или базисному моменту времени:

- а) капитальные вложения путем умножения их величины на коэффициент $(1 + E)^t$;
- б) все затраты, включая себестоимость будущей продукции, путем умножения их величины на коэффициент $1/(1 + E)^t$;
- в) все затраты и результаты путем умножения их величин на коэффициент $(1 + E)^t$;
- г) все затраты и результаты путем умножения их величин на коэффициент $1/(1 + E)^t$.

Формы организации производства

12. Формами кооперирования производства являются:

- 1) агрегатная,
- 2) межрайонная,
- 3) внутриотраслевая,
- 4) подетальная,
- 5) стадийная.

13. Уровень кооперирования характеризуют:

- 1) количество групп, видов, типов, типоразмеров или марок, технологически однородных в ассортименте предприятия;
- 2) трудоемкость продукции;
- 3) доля стоимости полуфабрикатов, деталей, узлов, услуг, получаемых со стороны в порядке кооперирования, в общем объеме выпускаемой продукции;

- 4) доля стоимости полуфабрикатов, деталей, узлов, услуг, отправляемых на сторону в порядке кооперирования, в общем объеме выпускаемой продукции;
- 5) количество предприятий, с которыми кооперируется головное предприятие.

14. Формами комбинирования являются:

- 1) последовательная переработка сырья вплоть до получения готовой продукции; +
- 2) использование отходов производства для выпуска других видов продукции; +
- 3) комплексная переработка сырья;
- 4) использование безотходных технологий;

15. Комбинирование широко развито в отраслях:

- 1) химической промышленности,
- 2) машиностроения,
- 3) электроэнергетики,
- 4) цветной металлургии,
- 5) нефтеперерабатывающей промышленности.

Тематика контрольных работ (для студентов специальности «Менеджмент организации» заочной формы обучения)

1. Фирма как основной субъект предпринимательской деятельности в системе рыночных отношений.
2. Инновационный характер современного предпринимательства.
3. Институциональные предпосылки развития предпринимательства в рыночном хозяйстве России.
4. Внутренняя среда фирмы как система взаимосвязанных функциональных областей.
5. Характеристика элементов составляющих макросреду организации и их влияние на хозяйственную деятельность.
6. Технологическая концепция развития фирмы.
7. Эволюционный принцип развития фирмы в рыночных условиях.
8. Классификационные особенности предпринимательских структур по виду хозяйственной деятельности.
9. Характеристика и значение функционирования открытых акционерных обществ для развития экономики.
10. Характеристика и значение функционирования закрытых акционерных обществ в отраслях экономики.
11. Совершенствования технической базы производственно-хозяйственной деятельности.
12. Влияние научно-технического прогресса на деятельность и конкурентоспособность предпринимательских структур.
13. Материально-техническое обеспечение фирмы: роль, значение и задачи.

14. Технико-экономическое и экологическое обоснование инвестиционных проектов, их научная экспертиза.
15. Порядок разработки и обоснования инвестиционных проектов.
16. Общая классификационная характеристика организационных структур предприятия.
17. Линейно-функциональные структуры: цели создания и применение в работе предприятия.
18. Характеристика дивизиональной структуры и сфера ее применения.
19. Программно-целевые структуры: факторы возникновения современных организационных структур и особенности применения.
20. Проведение научно-исследовательских и проектно-конструкторских разработок с участием организационных структур, контроль за эффективностью их использования.
21. Определение конкурентных преимуществ в хозяйственной деятельности фирмы.
22. Причины изменений рыночной среды и условий конкуренции.
23. Технология проведения SWOT- анализа и порядок составления матрицы SWOT - анализа.
24. Поддержание конкурентного преимущества при осуществлении хозяйственной деятельности.
25. Практическое применение модели жизненного цикла конкурентного преимущества фирмы.
26. Налогообложение предприятий как инструмент реализации фискальной политики государства и форма регулирования предпринимательской деятельности.
27. Элементы налоговой системы и виды налогов используемые при организации хозяйственной деятельности.
28. Государственное правовое и организационное обеспечение функционирования налогового механизма.
29. Определение и расчет текущих и капитальных затрат в деятельности фирмы.
30. Состав и классификация затрат по экономическим элементам, статьям калькуляции на предприятии.
31. Методы стратегического анализа издержек с точки зрения усиления конкурентоспособности фирмы.
32. Принципы использования стратегии снижения производственных издержек.
33. Формирование финансовых ресурсов предприятия в условиях рынка.
34. Финансовые результаты деятельности фирмы: контроль и учет.
35. Принципы и значение финансового мониторинга в хозяйственной деятельности предприятия.
36. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности фирмы, основные направления.

37. Показатели финансовой устойчивости, ликвидности и инвестиционной привлекательности предприятия.
38. Принципы обеспечения качества и повышения технического уровня выпускаемой продукции.
39. Расширение рынков сбыта и сфер влияния посредством поведения диверсификационной деятельности.
40. Социальные результаты деятельности фирмы.
41. Фирма и общество: социальная ответственность бизнеса.
42. Социальный статус фирмы в обществе и деловая репутация фирмы.
43. Международные экономические отношения, тенденции в мировых экономических связях.
44. Принципы формирования национальной внешнеэкономической политики.
45. Стратегии входа на зарубежные рынки: непрямой экспорт, прямой экспорт, производство на зарубежных рынках.
46. Методы стратегии ценообразования при внешнеэкономической деятельности.
47. Стратегии международного и финансового планирования в деятельности предприятия.
48. Принципы формирования товарного ассортимента на предприятии.
49. Основные альтернативы товарной стратегии при планировании хозяйственной деятельности.
50. Позиционирование товарной продукции как инструмент реализации стратегии дифференциации.
51. Процедура выбора позиционирования при формировании товарной стратегии фирмы.
52. Альтернативные типы позиционирования торговой марки.
53. Содержание маркетинговой программы фирмы и порядок ее разработки.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Объем выполняемой работы не больше 20 печатных страниц.

Текст набирается на компьютере. Форматируется размерами страницы:

- поле слева - 30 мм;
- поле справа - 10 мм;
- поле сверху и снизу - 20 мм.

Тип шрифта: - Times New Roman;

Начертание шрифта: для заголовков первого уровня и названий подразделов, таблиц, рисунков, диаграмм - полужирное, для остального текста - обычное;

- размер шрифта - 14. Параметры абзацев:
- отступ слева (абзацный отступ) - 1,25 см;

- выравнивание: для заголовков первого уровня - по центру, для заголовков второго уровня и остального текста - по ширине;

- межстрочный интервал-1,5.

Между заголовками разделов и подразделов межстрочный интервал - 1,5, между текстом и заголовком подразделов - два 1,5.

Библиографический список как «Список литературы», список учебно-методической литературы - строго по алфавиту. Нумерация нормативных актов и законов в соответствии с принятием по сроку.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

Дисциплина «Экономика фирмы» относится к числу общепрофессиональных, формирующих профессиональные навыки будущим специалистам представления о сущности и роли труда в современных условиях, социально-трудовых отношениях и социально-экономических процессах в сфере управления предприятием. Поможет сформировать навыки в области эффективного использования ограниченного объема всех видов ресурсов.

В современных экономических условиях изучение проблем работы предприятия основано на фундаментально новых концептуальных представлениях о функционировании и эффективности использования внутреннего потенциала, формировании и регулировании трудовой мотивации, а также на анализе реальных экономических и социальных процессов, происходящих в процессе производства продукции, в условиях развития рыночных отношений в российской экономике. Принципы рыночной экономики активно проявляются в процессе привлечения и использования рабочей силы, внедряются в системы социально-трудовых отношений, организации и оплаты труда, формирования и использования доходов работников, повышения уровня и качества жизни населения.

Знания этой дисциплины помогает на практике принимать правильные решения о формировании имущественного фонда, его эффективном распределении, правильно формировать политику в отношении эффективного, конкурентоспособного предприятия.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Конституция Российской Федерации // www.constitution.ru
2. Гражданский кодекс Российской Федерации: Часть I, II, III, IV (ред. от 04.10.2010) // www.consultant.ru
3. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. – М.: Финансы и статистика, 2007.
4. Барков С.А. Методологические подходы к определению эффективности современных систем // Хозяйственные системы в современном мире. Монография / Под ред. Т.М. Степанян. – М.: МАКС Пресс, 2009.

5. Барков С.А. Организационно-рыночные гибриды в современной экономике // Хозяйственные системы в современном мире. Монография / Под ред. Т.М. Степанян. – М.: МАКС Пресс, 2009.
6. Барков С.А. Организация и рынок: противоборство или согласие? – М.: Издательство МГУ, 2009.
7. Барков С.А. Теория организации. Институциональный подход. – М.: КДУ, 2009.
8. Бусыгин А.В. Предпринимательство: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2007.
9. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник.- 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Гардарики, 2008.
10. Грузинов В.П. Грибов В.Д. Экономика предприятия: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2008.
11. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.
12. Кейлер В.А. Экономика предприятия: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М, Новосибирск, 2009.
13. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб.: Питер Ком, 2008.
14. Кочетков А.И. Анализ налоговых ошибок: Учебное пособие. – М.: Дело и сервис, 2010.
15. Макарьева В.И. Как правильно подготовиться к налоговой проверке. - М.: Налоговый вестник, 2010.
16. Маркова В.Д. Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М, 2009.
17. Менеджмент организации / Под ред. З.П. Румянцевой - М.: Инфра-М, 2007.
18. Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент: В 2-х т./ Пер. с англ. под ред. И.И. Елисеевой. - СПб.: Экономическая школа, 2009.
19. Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009.

Дополнительная

20. Олейник А.П. Институциональная экономика: Учебное пособие. – М.: ИНФРА – М, 2008.
21. Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой – М.: Финансы и статистика, 2008.
22. Охотников И.В., Сибирко И.В. Стратегический контроллинг. – М.: МАКС Пресс, 2010.
23. Розанова Н.М. Фирма в экономической системе. – М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2008.
24. Степанов В.И. Логистика: материально-техническое снабжение. – М.: Академия, 2010.
25. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент/ Пер. с англ. Зайцева Л.Г. - М.: Банки и биржи. ЮНИТИ, 2008.
26. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент - М.: Бизнес-школа Интел-Синтез, 2007.
27. Хасби Д. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. – М.: Контур, 2008.
28. Хэй Д., Моррис Д. Теория организации промышленности: В 2 т. / Пер. с англ. под ред. А.Г. Слуцкого. - СПб.: Экономическая школа, 2009.
29. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий. - М.: ИНФРА-М, 2009.
30. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. проф. Н.А. Сафронова. – М.: Юристъ, 2008.
31. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. О.И. Волкова. - М.: ИНФРА-М, 2007.
32. Экономика и организация рыночного хозяйства: Учебник / Под ред. Б.К. Злобина. – М.: Экономика, 2010.

ОБРАЗЕЦ ЛЕКЦИЙ

Тема 1. Природа фирмы: альтернативные концепции

Фирма — самое общее название предприятия, компании, Хозяйственного общества, то есть это организация, пользующаяся правом юридического лица. Фирма может представлять собой объединение однородных или смешанных предприятий. Существуют различные разновидности фирм в зависимости от их масштаба, подчиненности и сферы деятельности.

Предприятие — самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, производящий продукцию, товары, услуги, выполняющий работы, занимающийся различными видами экономической деятельности; имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности; может быть объектом купли-продажи, залога, аренды и других сделок, связанных с установлением, изменением и прекращением прав. Предприятие — самостоятельная экономическая единица, создаваемая для введения в действие всех факторов производства с целью произвести товары или услуги на продажу.

В определении понятия «предприятие» основным является производственная деятельность (товары или услуги), имеющая рыночный характер. Учебная дисциплина «Экономика фирмы» предназначена для подготовки специалистов по экономике предприятий любой организационно-правовой формы. Для лучшего понимания роли фирмы в обществе, определения ее целей и деловой политики необходимо знать, в какой модели рыночного хозяйства она функционирует. В переводе с греческого «экономика» означает «управление хозяйством». Но возникает вопрос: «Каким именно хозяйством?»

В современной экономической науке, занимающейся исследованиями рыночного хозяйства, выделяются три модели рыночной экономики: японская, американская, шведская. Каждая из этих моделей позволяет достаточно полно удовлетворять насущные потребности населения, но достигается это по-разному.

Шведский тип организации рыночного хозяйства обеспечивает стабильный уровень экономической эффективности и высокие жизненные и экологические стандарты. Шведский вариант «общества всеобщего процветания» интересен в том отношении, что в результате деятельности социально-ответственного государства принимаются решения и меры, ориентирующие труд и предпринимательство на развитие и рост преимущественно за счет повышения качества деятельности. Социально-ориентированная модель рыночной экономики способствует тому, что значительная часть населения превращается в средний класс.

Это важно иметь в виду, оценивая нынешнее состояние российской экономики. Во многом именно из-за отставания по критериям социальной ориентации в стране до сих пор не определена модель рыночного развития.

Степень учета социального фактора в России в период 90-х гг. была минимальной. Отсутствие социальной поддержки качества и интенсивности труда явилось следствием недостатка материальной заинтересованности работников и дефицита мотивации на предпринимательском уровне. Все это и сейчас препятствует росту высококвалифицированного труда и становлению социально ответственного бизнеса. Направление деятельности определяется той конечной целью, которую фирма перед собой ставит. Что же является основной целью деятельности фирмы?

Обычно считается, что существует некоторый выбор основных целей деятельности, например:

- завоевать или удержать большую долю какого-либо рынка для своего товара (услуг);
- добиться более высокого качества своей продукции;
- занять лидирующее положение в области технологии;
- максимально использовать имеющиеся сырьевые, людские и финансовые ресурсы,
- повысить прибыльность своих операций;
- достигнуть максимально возможного уровня занятости.

В процессе своей деятельности фирма должна принимать ряд решений:

- какой товар или номенклатуру товаров следует выпускать и продавать;
- на какие рынки надо выходить с этим товаром и как укрепить свои позиции на рынке;
- как выбрать оптимальную технологию производства;
- какие материалы приобретать и как их использовать; — как распределить имеющиеся финансовые ресурсы,
- каких показателей предприятие должно достигнуть в отношении технических характеристик выпускаемого товара, его качества, эффективности производства.

Деятельность, направленная на решение этих вопросов, называется общей деловой политикой предприятия или компании. Деловая политика в процессе работы превращается в конкретный план действий, который, как правило, включает три этапа:

- 1) установление четких количественных показателей, которых собирается достичь фирма;
- 2) определение важнейших направлений и действий, необходимых для достижения поставленных целей. При этом во внимание принимаются два основных фактора:
 - каким образом и в какой степени на деятельность фирмы будут воздействовать внешние факторы;

— каковы слабые стороны предприятия и его внутренние возможности;
3) разработка гибкой, вписывающейся в структуру деятельности фирмы системы долгосрочного планирования (определение стратегии, которая обеспечит достижение поставленных целей).

Цель выступает как идеальное описание результата деятельности, а сама деятельность — как процесс достижения цели. Средства достижения цели — это система элементов и процессов, обеспечивающая получение определенного результата. Именно через средства достижения цели устанавливается связь между основной целью деятельности фирмы и объектами реального мира.

Очень часто такие термины, как «миссия», «стратегическая задача», «политика», отождествляются с понятием «цель», в то время как каждая из этих категорий имеет свое содержание. Миссией называют общую цель, вызывающую у членов организации совместную устремленность к чему-то. Определение миссии — это ответ на вопрос: почему фирма делает то, что она делает? На основании миссии формируются долгосрочные цели фирмы, устанавливаются те качественные результаты, которые предполагается достичь за пределами планового периода.

Стратегия — это способ или средство достижения долгосрочной цели. Стратегия отвечает на вопрос, какие варианты лучше использовать, какие ресурсы и возможности мобилизовать для достижения поставленных целей.

Краткосрочные цели, задания или задачи решаются в пределах планового периода. Они являются этапом достижения долгосрочных целей и представляют собой результаты, которые должны быть получены в намеченные сроки.

Политика отвечает на вопрос: каким образом должны выполняться задачи? Цели имеют множественный характер, ранжируются и устанавливаются в зависимости от текущих ситуаций и условий, в которых работает фирма, от действия внутренних факторов.

Цели выполняют ряд функций:

- оправдывают существование фирмы;
- определяют ее поведение;
- раскрывают природу фирмы, ее предприятий, служб и структур и тем самым распределяют обязательства и ответственность;
- служат главным мотиватором действий и направляют трудовые усилия людей, удовлетворяя их потребности;
- уменьшают неопределенность, разъясняя персоналу смысл деятельности фирмы;
- помогают фирме познавать внешнюю среду и приспосабливаться к определенным ситуациям;
- выступают стандартом для оценки работы фирмы, обеспечивают основу для конкурентности фирмы.

В своей производственно-хозяйственной деятельности фирма одновременно реализует различные организационные цели. Существует три типа организационных целей:

- 1) официальные;
- 2) оперативные;
- 3) операционные.

Официальные цели характеризуют общее назначение фирмы обосновывают ее необходимость для общества, имеют иную направленность и выполняют важную защитную функцию, создавая благоприятный имидж. Исходя из этих трудно представить, чем именно занимается фирма.

Оперативные цели определяются политикой фирмы и указывают, что на самом деле фирма собирается делать, независимо от того, что было заявлено в официальных целях, выражения операционных целей — это план работы фирмы.

Операционные цели более специфичны, лучше измеряемы чем оперативные; они выражаются в количественных терминах, выступая в форме конкретных заданий отдельным исполнителям и рабочим группам; по ним дают оценку работе служб и подразделений предприятия, процессу формулирования цели предъявляются определенные требования. Цели должны:

- быть достижимы и реальны;
- быть понятны и четко сформулированы;
- иметь максимальное описание в терминах и требуемое количественное оформление;
- иметь сроки исполнения;
- мотивировать действия в правильном направлении;
- быть совместимы (цели индивидуальные, групповые и фирмы в целом);
- быть направлены на определенный эффект и открыты для проверки и корректировки.

МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО, ПРОМЕЖУТОЧНОГО И ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Маркетинговая деятельность фирмы

1. Финансовой целью на этапе разработки нового товара является:

- 1) сокращение издержек производства,
- 2) обеспечение безубыточности,
- 3) сокращение издержек обращения,
- 4) максимизация прибыли.

2. Из перечисленного:

- 5) недифференцированный маркетинг;
- 6) концентрированный маркетинг;
- 7) дифференцированный маркетинг;
- 8) общественный маркетинг -

к видам товарной стратегии относятся:

- а) 1, 2, 3;
- в) 1, 2, 4;
- с) 1, 3, 4;
- д) 2, 3, 4.

3. Социально-культурная среда предприятия определяет:

- 5) спрос на рабочую силу,
- 6) спрос на товары,
- 7) спрос на энергоресурсы в производстве,
- 8) место размещения предприятия.

4. Ответственность предприятия перед потребителем вызывает необходимость:

- 5) предоставление условий товарного кредита;
- 6) ознакомления покупателя с правилами использования товара;
- 7) расширения номенклатуры произведенной продукции;
- 8) оказание дополнительных услуг.

5. Результатом проверки концепции идеи о выпуске нового товара считается:

- 5) предварительная оценка предложенных идей;
- 6) оценка реакции потребителя на товар;
- 7) разработка торговой марки;
- 8) изучение возможностей осуществления рекламы.

6. На решение в области товарной политики из перечисленного:

- 5) возможности рынка;
- 6) налоговое законодательство;
- 7) задачи предприятия;
- 8) ресурсы предприятия —
оказывают совместное влияние:

- а) 1, 3, 4;
- в) 1, 2, 3;
- с) 1, 2, 4;
- д) 2, 3, 4.

7. К решению в области товарной политики относятся:

- 5) совершенствование ценообразования,
- 6) проведение маркетинговых исследований,
- 7) снятие с производства устаревающих товаров,
- 8) установление сроков годности продукции.

Инвестиционная деятельность фирмы

8. Понятие «коммерческая (финансовая) эффективность инвестиционного проекта»

характеризует:

- а) результаты от осуществления проекта за расчетный период;
- б) соотношение финансовых затрат и результатов от реализации проекта для его непосредственных участников;
- в) превышение доходов федерального или местного бюджета над расходами в связи с осуществлением инвестиционного проекта;
- г) финансовые, социальные, экологические последствия реализации проекта.

9. Что является критерием отбора инвестиционных проектов (вариантов проекта) для финансирования:

- а) минимальный объем капитальных вложений;
- б) минимальный срок окупаемости всех затрат, связанных с проектом;
- в) чистый дисконтированный доход (ЧДД);
- г) индекс доходности как отношение дисконтированной суммы прибыли к объему инвестиций.

10. Какой срок считается расчетным периодом при определении эффективности инвестиционных проектов:

- а) не свыше 15 лет строительства и 15 лет производства продукции;
- б) от начала инвестиционного замысла до ввода объекта в эксплуатацию;
- в) от начала финансирования проекта (включая разработку ТЭО) до получения результатов от этого проекта;
- г) от начала и до конца получения результатов (продукции) данного проекта.

11. При расчете показателей эффективности инвестиционного проекта с учетом фактора времени следует привести к одному году или базисному моменту времени:

- а) капитальные вложения путем умножения их величины на коэффициент $(1 + E)^t$;
- б) все затраты, включая себестоимость будущей продукции, путем умножения их величины на коэффициент $1/(1 + E)^t$;
- в) все затраты и результаты путем умножения их величин на коэффициент $(1 + E)^t$;
- г) все затраты и результаты путем умножения их величин на коэффициент $1/(1 + E)^t$.

Формы организации производства

12. Формами кооперирования производства являются:

- 1) агрегатная,
- 2) межрайонная,
- 3) внутриотраслевая,
- 4) поддетальная,
- 5) стадийная.

13. Уровень кооперирования характеризуют:

- 1) количество групп, видов, типов, типоразмеров или марок, технологически однородных в ассортименте предприятия;
- 2) трудоемкость продукции;
- 3) доля стоимости полуфабрикатов, деталей, узлов, услуг, получаемых со стороны в порядке кооперирования, в общем объеме выпускаемой продукции;
- 4) доля стоимости полуфабрикатов, деталей, узлов, услуг, отправляемых на сторону в порядке кооперирования, в общем объеме выпускаемой продукции;
- 5) количество предприятий, с которыми кооперируется головное предприятие.

14. Формами комбинирования являются:

- 1) последовательная переработка сырья вплоть до получения готовой продукции; +
- 2) использование отходов производства для выпуска других видов продукции; +
- 3) комплексная переработка сырья;
- 4) использование безотходных технологий;

15. Комбинирование широко развито в отраслях:

- 1) химической промышленности,
- 2) машиностроения,
- 3) электроэнергетики,
- 4) цветной металлургии,
- 5) нефтеперерабатывающей промышленности.

Оборотные средства предприятия

16. Понятие «оборотные фонды предприятия» включает:

- 1) основные и вспомогательные материалы, полуфабрикаты собственного производства, покупные полуфабрикаты, комплектующие изделия;
- 2) часть средств производства, которые участвуют в производственном цикле один раз и полностью переносят свою стоимость на себестоимость изготавливаемой продукции;
- 3) средства производства, многократно участвующие в процессе производства и постепенно переносящие свою стоимость на себестоимость выпускаемой продукции;
- 4) орудия труда, многократно участвующие в производственном цикле и переносящие свою стоимость на себестоимость изготавливаемой продукции не сразу, а по частям, по мере изнашивания;
- 5) предметы труда, необходимые для изготовления продукции.

17. В состав оборотных производственных фондов предприятия входят материально-вещественные элементы:

- 1) производственные запасы сырья, материалов, полуфабрикатов, покупных изделий, запасных частей, топлива, незавершенное производство, расходы будущих периодов;
- 2) станки, агрегаты, приспособления, тара, стеллажи;
- 3) готовая продукция, денежные средства в кассе, на расчетном счете предприятия;
- 4) прибыль предприятия, задолженность поставщикам.

18. К фондам обращения относятся:

- 1) материальные ресурсы предприятия, отрасли;
- 2) готовые изделия на складе предприятия, продукция отгруженная, находящаяся в пути, денежные средства и средства в незаконченных расчетах (денежные средства в кассе, на расчетном счете, в аккредитивах, все виды задолженности);
- 3) готовые изделия, отгруженные потребителям, денежные средства в акциях, на расчетном счете, в кассе;
- 4) транспортные средства предприятия, производственные здания, сооружения;
- 5) прибыль.

19. В состав оборотных средств предприятия входят:

- 1) запасы материалов, запасных частей, топлива, готовой продукции на складе;
- 2) оборотные фонды и фонды обращения;

- 3) незавершенное производство, готовая продукция на складе;
- 4) производственные запасы, незавершенное производство, расходы будущих периодов, фонды обращения;
- 5) оборудование цехов, готовая продукция на складе.

20. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств характеризуют:

- 1) размер реализованной продукции, приходящейся на 1 руб. производственных фондов;
- 2) средняя длительность одного оборота оборотных средств;
- 3) количество оборотов оборотных средств за соответствующий отчетный период;
- 4) уровень технической оснащенности труда;
- 5) затраты производственных фондов на 1 руб. товарной продукции.

21. Материалоемкость продукции характеризуют:

- 1) технический уровень производства;
- 2) экономное использование материалов;
- 3) общий вес материалов на изготовление изделия;
- 4) нормы расхода материалов на изготовление продукции;
- 5) чистый вес машины, агрегата.

22. Эффективность использования оборотных средств характеризуют:

- 1) прибыль, рентабельность производства;
- 2) уровень отдачи оборотных средств;
- 3) коэффициент оборачиваемости, средняя продолжительность одного оборота оборотных средств;
- 4) фондоотдача, фондоемкость продукции;
- 5) фондовооруженность труда.

23. К собственным источникам формирования оборотных средств предприятия относятся:

- 1) уставный фонд, обеспечивающий начало деятельности предприятия; +
- 2) задолженность работникам по заработной плате и начисления на эту сумму;
- 3) амортизационные отчисления;
- 4) прибыль;
- 5) кредиторская задолженность.

24. Период оборота оборотных средств характеризует:

- 1) время нахождения оборотных производственных фондов в запасах и незавершенном производстве;
- 2) время прохождения оборотными средствами стадий приобретения, производства и реализации продукции;
- 3) средняя скорость движения оборотных средств;
- 4) количество дней, за которое совершается полный оборот;
- 5) время, необходимое для полного обновления производственных фондов предприятия.

25. Для нормирования оборотных средств используются показатели:

- 1) суточный расход материала,
- 2) суточный выпуск готовой продукции,
- 3) цена за единицу основного материала,
- 4) средняя цена единицы изделия,
- 5) норма запасов в днях.

26. Какие из составляющих нормы запаса в днях используются при нормировании оборотных средств, находящихся в производственных запасах:

- 1) средний текущий запас,
- 2) время упаковки продукции,
- 3) время подготовки партии продукции к отправке,
- 4) страховой запас,
- 5) транспортный запас.

27. Что из перечисленного относится к производственным запасам:

- а) приспособления, изготавливаемые для производства новой продукции в следующем году;
- б) запасы металлорежущего инструмента сроком службы до одного года;
- в) купленные на рынке полуфабрикаты для заготовительного цеха;
- г) средства на расчетном счете для выплаты поставщикам за сырье;
- д) затраты на технологическую оснастку, изготовленную под производственную программу будущего года;
- е) полуфабрикаты механического цеха;
- ж) полуфабрикаты, переданные на склад для отправки покупателю.

28. Что из перечисленного относится к нормируемым оборотным средствам:

- а) все производственные запасы;
- б) все оборотные производственные фонды;
- в) все оборотные средства предприятия;
- г) средства в расчетах, денежные средства, товары отгруженные, но не оплаченные покупателем;
- д) оборотные производственные фонды плюс готовая продукция на складе.

29. Из перечисленных норм к нормам оборотных средств относятся:

- 1) дни запаса,
- 2) запаса деталей,
- 3) сумма денег на расчетную единицу

30. Что произойдет с коэффициентом оборачиваемости оборотных средств, если выручка от реализации и норматив оборотных средств вырастут на одну и ту же величину, например на 10%:

- а) уменьшится,
- б) увеличится,
- в) не изменится.

Трудовые ресурсы фирмы

31. Какие из указанных категорий работников относятся к промышленно-производственному персоналу:

- 1) рабочие цеха, столовой и подсобного хозяйства;
- 2) рабочие инструментального цеха, склада и транспортного цеха;
- 3) рабочие цеха, ИТР, работники охраны и ученики;
- 4) работники детского сада и базы отдыха.

32. Какие из перечисленных действий относятся к методам нормирования труда — хронометражу:

- 1) нормирование оперативного времени на ручных и вспомогательных работах;

- 2) замеры подготовительно-заключительного рабочего времени;
- 3) замер затрат времени за весь рабочий день;
- 4) замеры продолжительности операций по отдельным элементам и рабочим приемам;
- 5) изучение затрат времени на обслуживание рабочего места в течение всего или части рабочего дня.

33. К категории вспомогательных рабочих относятся:

- 1) наладчик карусельных станков,
- 2) водитель электрокары,
- 3) токарь-расточник механического цеха,
- 4) работница отдела технического контроля.

34. Если трудовые ресурсы используются в двух производственных процессах, причем первый дает более высокий предельный продукт, но характеризуется убывающей отдачей, то при распределении трудовых ресурсов между двумя процессами с целью максимизации объема продукции:

- 1) второй процесс должен быть полностью законсервирован;
- 2) больше ресурсов следует направлять из первого во второй процесс;
- 3) больше ресурсов надо направлять из второго в первый процесс;
- 4) не имея другой информации, следует распределить ресурсы поровну.

35. Понятие «производительность труда» включает:

- 1) затраты общественно-необходимого труда на производство единицы продукции;
- 2) затраты живого труда на производство единицы продукции;
- 3) производительную силу труда, т.е. способность за единицу рабочего времени создавать определенные потребительные стоимости;
- 4) меру количества затраченного труда;
- 5) количество произведенной продукции за единицу рабочего времени.

36. Уровень затрат труда характеризуют:

- 1) фондоотдача, фондоемкость;
- 2) выработка на одного работающего (рабочего);
- 3) трудоемкость продукции;
- 4) фондовооруженность труда;
- 5) прибыль.

37. Ответственность предприятия перед наемными работниками вызывает необходимость:

- 1) выбора рационального метода ценообразования продукции,
- 2) осуществления автоматизации производства,
- 3) создания условий высокопроизводительного труда,
- 4) проведения маркетинговых исследований.

38. Для сдельной формы оплаты труда характерна оплата труда в соответствии с:

- 1) количеством изготовленной (обработанной) продукции;
- 2) количеством отработанного времени;
- 3) количеством оказанных услуг;
- 4) должностным окладом.

39. Повременная форма оплаты труда предусматривает оплату труда в соответствии с количеством:

- 1) изготовленной (обработанной) продукции,
- 2) отработанного времени,
- 3) оказанных услуг.

40. Аккордная система оплаты труда характеризуется:

- 1) наращиванием количества изготавливаемой (обрабатываемой) продукции,
- 2) улучшением качества продукции,
- 3) экономией времени при выполнении задания.

41. Тарифная система оплаты труда рабочих включает:

- 1) тарифные ставки, тарифные сетки;
- 2) тарифные ставки, тарифно-квалификационный справочник;
- 3) тарифные ставки, тарифные сетки, тарифно-квалификационный справочник, районный справочник;
- 4) тарифные ставки, должностные оклады, тарифные сетки;
- 5) должностные оклады, премиальные положения, тарифно-квалификационный справочник.

42. Из перечисленного:

- 1) высокий профессионализм,
- 2) готовность к сотрудничеству,
- 3) способность к обучению

к критериям отбора и продвижения сотрудников относятся:

- a) 1, 2;
- b) 1, 3;
- c) 1, 2, 3;
- d) 2, 3.

Стандартизация, сертификация и качество продукции

43. К комплексным показателям качества продукции относятся:

- 1) показатели надежности и долговечности изделия,
- 2) патентно-правовые показатели,
- 3) экологические показатели,
- 4) показатели уровня стандартизации и унификации,
- 5) эргономические показатели.

44. Можно ли назвать путями повышения качества продукции:

- 1) повышение уровня технической подготовки производства;
- 2) совершенствование техники и технологии;
- 3) увеличение коэффициента сменности работы оборудования;
- 4) повышение качества сырья, материалов, комплектующих изделий;
- 5) сокращение численности работающих.

45. Каковы основные задачи правового обеспечения управления качеством продукции:

- 1) правовое регулирование отношений, складывающихся на всех уровнях управления качеством продукции;

- 2) создание нормативно-правовой базы, обеспечивающей надлежащее правовое регулирование для эффективной реализации функции управления качеством продукции;
- 3) защита прав и интересов работников, вытекающих из трудовых отношений.

46. Назовите условия судебной ответственности производителя за причиненный вред:

- 1) противоправные действия со стороны изготовителя продукции, исполнителя услуги;
- 2) наличие ущерба, причиненного изготовителем или исполнителем, который можно подсчитать;
- 3) причинная связь между ущербом и виновными противоправными действиями;
- 4) непредоставление полной и достоверной информации о продукции (товаре, работе, услуге);
- 5) наличие вины.

47. Продавец, продающий продукцию потребителю, обязан:

- 1) провести обязательную сертификацию продукции в соответствии с требованиями стандартов по безопасности;
- 2) приостановить реализацию продукции, не соответствующей установленным требованиям;
- 3) продавать продукцию, имеющую знак соответствия требованиям стандарта;
- 4) производить качественную и сертифицированную продукцию;
- 5) довести до сведения потребителя рекомендации и специальные требования по безопасности продукции;
- 6) рекламировать безопасность и сообщать другую информацию о продукции;
- 7) предоставить необходимую и достоверную информацию о производителе, продукции и режиме работы.

48. Что является содержанием сертификата:

- 1) обеспечение безопасности жизни и окружающей среды;
- 2) содействие потребителям в компетентном отборе продукции;
- 3) проверка соблюдения всех показателей качества;
- 4) защита потребителя от недобросовестности изготовителя (продавца);
- 5) контроль безопасности продукции для окружающей среды, жизни, здоровья и имущества;
- 6) подтверждение показателей качества продукции, заявленных изготовителем. +

49. К задачам стандартизации не относятся:

- 1) создание системы нормативно-технической документации, определяющей прогрессивные требования к продукции;
- 2) обеспечение проведения научно-технических и конструкторских работ;
- 3) контроль за правильностью использования нормативно-технической документации.

50. Из каких компонентов складывается политика предприятия в области качества продукции;

- 1) непрерывное обеспечение качества продукции;
- 2) постоянное улучшение качества продукции;
- 3) создание в фирме обстановки, обеспечивающей выявление проблем и их решение;
- 4) все перечисленное в вариантах ответов.

51. Что относится к нормативным документам по обеспечению единства измерений:

- 1) государственные стандарты России,

- 2) международные стандарты,
- 3) инструкции и рекомендации,
- 4) все перечисленное в вариантах ответов.

52. Какой орган может осуществлять обязательную сертификацию продукции:

- 1) государственный орган управления при возложении на него этой задачи;
- 2) общественная организация по требованиям групп потребителей;
- 3) частная организация по требованию производителя;
- 4) все перечисленное в вариантах ответов.

53. Какая государственная структура является национальным органом по сертификации продукции в России:

- 1) Госкомитет по антимонопольной политике;
- 2) Госстандарт России;
- 3) Государственная метрологическая служба;
- 4) Главный государственный инспектор РФ по надзору за государственными стандартами.

54. Кто обладает правом опубликования государственных стандартов:

- 1) министерства и ведомства России;
- 2) юридические лица, имеющие в своих структурах метрологическую службу;
- 3) Госстандарт России;
- 4) все перечисленное в вариантах ответов.

55. Что относится к понятию «нормативно-техническая документация»:

- 1) стандарты,
- 2) производственная документация,
- 3) требования заказчика продукции,
- 4) все перечисленное в вариантах ответов.

56. Какие органы могут осуществлять добровольную сертификацию продукции в соответствии с зарегистрированной системой сертификации:

- 1) юридические лица, зарегистрировавшие систему сертификации;
- 2) государственные органы управления, осуществляющие сертификацию продукции;
- 3) органы по обязательной сертификации;
- 4) все перечисленное в вариантах ответов.

57. Что должно учитываться в первую очередь при организации работы по улучшению качества товара:

- 1) возрастание цен на комплектующие изделия для производства товара,
- 2) снижение объема производства,
- 3) динамика изменения спроса на товар,
- 4) изменение географии рынка товара.

58. Что такое сертификат соответствия:

- 1) документ, выданный изготовителем продукции о соответствии ее требованиям стандартов;
- 2) документ, выданный согласно правилам стандартизации о соответствии государственного стандарта межгосударственному стандарту;
- 3) документ, выданный согласно правилам системы сертификации о соответствии

продукции требованиям стандартов;
4) все перечисленное в вариантах ответов.

59. Что признается в рыночной экономике наиболее доступным способом увеличения прибыли:

- 1) повышение цен на продукцию,
- 2) увеличение объемов сбыта,
- 3) развитие дополнительных услуг,
- 4) улучшение качества продукции.

60. Что отличает аттестацию продукции от ее сертификации:

- 1) установление соответствия продукции требованиям стандартов;
- 2) установление допустимости использования продукции;
- 3) установление соответствия продукции показателям высшего мирового уровня; +
- 4) отличий нет.

61. Что составляет сущность решения проблемы качества продукции в России:

- 1) полная ответственность государственной власти и содействие со стороны производителя;
- 2) полная ответственность производителя и содействие со стороны государственной власти; +
- 3) полная ответственность производителя и государственной власти;
- 4) содействие производителей и государственной власти.

62. Какая сторона должна нести ответственность за соответствие партий продукции требованиям стандартов:

- 1) сертификационный орган,
- 2) изготовитель продукции,
- 3) испытательная лаборатория,
- 4) продавец продукции.

63. Какие единицы величин могут использоваться в практике обеспечения единства измерений:

- 1) международная система единиц,
- 2) внесистемные единицы измерения,
- 3) единицы измерения, установленные заказчиком,
- 4) все перечисленное в вариантах ответов.

64. Что является следствием введения добровольных систем сертификации:

- 1) улучшение качества продукции;
- 2) климат доверия потребителей продукции к ее поставщику, производителю;
- 3) повышение конкурентоспособности продукции;
- 4) все перечисленное в вариантах ответов.

Себестоимость производства продукции

65. К себестоимости продукции машиностроения относятся:

- 1) текущие затраты на производство;

- 2) капитальные затраты;
- 3) выраженные в денежной форме затраты предприятия на производство и реализацию продукции;
- 4) затраты на сырье, материалы и заработную плату работающих;
- 5) затраты на оборудование.

66. К группировке затрат по экономическим элементам относятся затраты на:

- 1) топливо и энергию на технологические цели;
- 2) основную заработную плату производственных рабочих;
- 3) амортизацию основных фондов;
- 4) подготовку и освоение производства;
- 5) дополнительную заработную плату производственных рабочих.

67. К затратам на управление и организацию производства в себестоимости продукции относятся затраты:

- 1) прямые,
- 2) косвенные,
- 3) переменные,
- 4) постоянные,
- 5) по обслуживанию оборудования.

68. Цеховая себестоимость продукции включает затраты:

- 1) цеха на выполнение технологических операций;
- 2) предприятия на производство данного вида продукции;
- 3) цеха на управление производством;
- 4) цеха на выполнение технологических операций и управление цехом.

69. Производственная себестоимость продукции включает затраты:

- 1) цеха на производство данного вида продукции,
- 2) цеховую себестоимость и общезаводские расходы,
- 3) на производство и сбыт продукции,
- 4) на технологическую себестоимость,
- 5) на коммерческую себестоимость.

70. Коммерческая себестоимость продукции включает затраты:

- 1) на производство и сбыт продукции;
- 2) цеховую себестоимость;
- 3) производственную себестоимость;
- 4) предприятия на основные и вспомогательные материалы;
- 5) предприятия на управление производством.

71. На снижение себестоимости продукции влияют внутрипроизводственные технико-экономические факторы:

- 1) улучшение использования природных ресурсов,
- 2) улучшение структуры производимой продукции,
- 3) изменение состава и качества природного сырья,
- 4) изменение размещения производства.

72. К переменным расходам относятся:

- 1) материальные затраты,

- 2) расходы на реализацию продукции,
- 3) амортизационные отчисления,
- 4) заработная плата производственного персонала,
- 5) административные и управленческие расходы.

73. Деление расходов на постоянные и переменные производится с целью:

- 1) прогнозирования доходов;
- 2) определения для каждой конкретной ситуации объема реализации, обеспечивающего безубыточную деятельность;
- 3) выделения цеховой, производственной и коммерческой себестоимости.

74. Издержки и прибыль торгующих организаций включаются в:

- 1) закупочную цену,
- 2) оптовую цену предприятия,
- 3) розничную цену,
- 4) оптовую цену промышленности,
- 5) сдаточную цену.

75. Под понятием «прибыль от реализации продукции» подразумеваются:

- 1) выручка, полученная от реализации продукции;
- 2) денежное выражение стоимости товаров;
- 3) разность между объемом реализованной продукции в стоимостном выражении (без НДС и акциза) и ее себестоимостью;
- 4) чистый доход предприятия;
- 5) затраты на производство реализованной продукции.

76. Расходы и прибыль сбытовых организаций включаются в:

- 1) оптовую цену предприятия,
- 2) оптовую цену промышленности.

77. Понятие «балансовая прибыль предприятия» содержит:

- 1) выручку, полученную от реализации продукции;
- 2) денежное выражение стоимости товаров;
- 3) разность между объемом реализованной продукции в стоимостном выражении и ее себестоимостью;
- 4) прибыль от реализации продукции; результат от прочей реализации, доходы от внереализационных операций (по ценным бумагам, долевого участию в других предприятиях) за вычетом расходов по внереализационным операциям;
- 5) выручку от реализации продукции за вычетом акцизов.

78. В понятие «рентабельность активов предприятия» входят:

- 1) получаемая предприятием прибыль;
- 2) относительная доходность или прибыльность, измеряемая в процентах к затратам средств или капитала;
- 3) отношение прибыли к средней стоимости основах фондов и оборотных средств;
- 4) балансовая прибыль на 1 руб. объема реализованной продукции;
- 5) отношение прибыли к цене изделия.

79. Рентабельность продаж продукции определяется:

- 1) отношением балансовой прибыли к объему реализованной продукции;
- 2) отношением прибыли от реализации к выручке от реализации (без НДС и акциза);
- 3) отношением балансовой прибыли к средней стоимости имущества предприятия;
- 4) отношением балансовой прибыли к средней стоимости основных фондов и материальных оборотных средств.

80. Рентабельность отдельных видов продукции определяется:

- 1) отношением прибыли, включаемой в цену изделия, к цене изделия; +
- 2) отношением прибыли от реализации к выручке от реализации;
- 3) отношением балансовой прибыли к средней стоимости имущества предприятия;
- 4) отношением балансовой прибыли к средней стоимости основных фондов и материальных оборотных средств.

81. Рентабельность основных производственных фондов определяется:

- 1) отношением балансовой прибыли к объему реализованной продукции;
- 2) отношением прибыли от реализации к выручке от реализации;
- 3) отношением балансовой прибыли к средней стоимости имущества предприятия;
- 4) отношением прибыли к среднегодовой стоимости основных фондов.

82. Какой вывод о работе предприятия к концу года можно сделать на основе приведенной информации:

- 1) предприятие работает стабильно, без изменений;
- 2) предприятие работает лучше, чем в начале года;
- 3) предприятие работает хуже, чем в начале года.

Показатели	Квартал			
	I	II	III	IV
Объем валовой продукции	20	22	22	22
Объем товарной продукции	18	20	22	22
Объем продаж	20	18	17	16

83. Какие из статей калькуляции рассчитываются в процентном отношении к основной заработной плате производственных рабочих:

- 1) отчисления в государственные внебюджетные фонды;
- 2) энергия для технологических целей;
- 3) транспортно-заготовительные расходы;
- 4) общепроизводственные расходы;
- 5) общехозяйственные расходы;
- 6) дополнительная заработная плата производственных рабочих.

84. Руководитель авиационной компании представил следующие данные о структуре себестоимости авиабилета:

- 1) 27% - цена горюче-смазочных материалов;
- 2) 20% — плата за обслуживание самолета в аэропорту;
- 3) 13% — техобслуживание самолета;
- 4) 7% — оплата труда пилотов;
- 5) 3% — отчисления в социальные фонды;
- 6) 7% — амортизация воздушных судов;
- 7) 7% - аэронавигационное обеспечение;

8) 3,5% — агентское обслуживание;

9) 12% — прочие расходы.

Укажите, какие из статей калькуляции относятся к прямым расходам.

85. Какой из перечисленных ниже элементов затрат представляет собой разность между производственной себестоимостью и материальными затратами в целом:

1) заработная плата работающих с начислениями;

2) амортизация основных фондов;

3) внепроизводственные расходы.

86. Подлежат ли отнесению на себестоимость продукции (работ, услуг) расходы на консультационные услуги:

1) подлежат;

2) не подлежат.

87. Относится ли оплата услуг других организаций производственного характера на себестоимость продукции (работ, услуг):

1) относится;

2) не относится.

Особенности экономики и управления акционерными компаниями. Арендные отношения

88. В состав оцениваемого имущества при акционировании предприятия входят:

1) основные фонды,

2) незавершенное строительство,

3) производственные запасы,

4) денежные средства.

89. Высшим органом управления акционерным обществом является:

1) совет директоров;

2) общее собрание акционеров;

3) правление АО

90. Акционерное общество образовано тремя учредителями, один из которых внес вклад в уставный капитал в долларах США. При этом он потребовал, чтобы учредительные документы содержали запись о том, что рост курса доллара по отношению к курсу рубля должен служить основанием для пересмотра долей учредителей в уставном капитале.

Оцените законность его требований:

1) законны;

2) незаконны;

3) законны, если с этим согласны все другие учредители.

91. Предприятие ликвидируется как неплатежеспособное на основе конкурсного производства. Чьи требования должны быть удовлетворены в первую очередь в соответствии с Законом «О несостоятельности (банкротстве)»:

1) акционеров-учредителей;

2) конкурсного управляющего;

3) владельцев облигаций предприятия.

92. Основным признаком несостоятельности предприятия:

- 1) убытки;
- 2) превышение размеров заемного капитала над размерами собственного капитала;
- 3) неспособность выполнить денежные требования кредиторов в течение трех месяцев с момента наступления сроков их исполнения.

93. В данный момент обыкновенная акция акционерного общества имеет курсовую стоимость 200 руб., номинальная стоимость 100 руб. Каков размер установленных дивидендов, если на одну простую акцию было выплачено 20 руб.:

- 1) 10 %
- 2) 20 %
- 3) 100%

94. Какая форма реорганизации наиболее приемлема для небольшого ОАО в сталелитейной промышленности:

- 1) слияние,
- 2) выделение,
- 3) присоединение,
- 4) разделение.

95. Является ли передача имущества юридического лица правопреемникам (в форме выделения) реализацией и влечет ли обязанности уплаты НДС:

- 1) нет;
- 2) не влечет уплаты НДС, но реализацией является;
- 3) да.

96. Организация арендует нежилое помещение в административном здании. Договор аренды с арендодателем заключен на срок один год.

Необходима ли регистрация договора аренды при таком сроке, или в соответствии со ст. 609 и 651 Гражданского кодекса РФ это делать необязательно? Выберите верный ответ:

- 1) государственная регистрация не нужна;
- 2) государственная регистрация обязательна;
- 3) государственная регистрация необязательна.

97. Если договор аренды на срок не менее года заключили с одной стороны физическое лицо, а с другой стороны — юридическое лицо, то какая форма оформления договора аренды необходима:

- 1) устная форма;
- 2) письменная форма;
- 3) нотариально заверенная форма.

98. Какие договоры аренды недвижимости не нужно регистрировать:

- 1) договор аренды здания или сооружения на 11 месяцев;
- 2) договор аренды предприятия;
- 3) договор аренды нежилого помещения;
- 4) договор найма жилого помещения.

99. Какие условия не являются обязательными в договоре аренды?

- 1) сторона (ФИО физического лица, организационно-правовая форма и полное наименование юридического лица);

- 2) предмет договора;
- 3) местоположение объекта недвижимого имущества;
- 4) арендная плата;
- 5) срок аренды.
- б) нахождение предмета договора в залоге;
- б) условия и сроки выкупа, цена имущества.

100. Договор аренды здания заключен на срок 11 месяцев. По истечении этого срока заключается новый договор с тем же арендатором, на тех же условиях и на тот же срок. Считается ли, что в целом договор аренды заключен на срок более года и подлежит регистрации:

- 1) да, так как второй договор аренды является пролонгацией первого и требует государственной регистрации;
- 2) нет, это два отдельных договора, каждый из которых заключен на срок менее года.