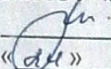


Министерство образования и науки Самарской области
государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Самарской области
«Губернский техникум м.р. Кошкинский»

СОГЛАСОВАНО
И УТВЕРЖДЕНО
Председатель ЦПК
ГБПОУ «ГТм.р.К.»
 /Марыкова С.В./
«24» 03 2017 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБПОУ
«Губернский техникум
м.р. Кошкинский»
 /Чугунов А.В./
«24» 03 2017 г.



МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
по МДК 04.01. Методы учета имущества, обязательств, финансовых и
хозяйственных операций
по профессии 35.01.23 Хозяйка(ин) усадьбы

Разработала
преподаватель Оськина Т.В.
на основе ФГОС, утвержденного
приказом МО и Н РФ
от 02.08.2013г. №717

с.Кошки, 2017г.

Пояснительная записка

МДК 04.01. Методы учета имущества, обязательств, финансовых и хозяйственных операций является профессиональной дисциплиной, устанавливающей базовые знания для получения профессиональных знаний и умений. Преподавание дисциплины имеет

практическую направленность и проводится в тесной взаимосвязи с другими

общепрофессиональными и специальными дисциплинами, а также с дисциплинами специализации.

Выполнение практических работ способствует формированию у студентов инновационного экономического мышления.

В результате освоения дисциплины студент должен уметь:

- планировать и организовывать работу подразделения;
- формировать организационные структуры управления;
- разрабатывать мотивационную политику организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в имущественных отношениях;
- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;
- определять стратегию и тактику относительно ценообразования.
- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- применять в профессиональной деятельности приёмы делового и управленческого общения;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен знать:

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития отраслей народного хозяйства;
- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникации;
- принципы делового общения в коллективе;
- управленческий цикл;
- особенности менеджмента в области механизации сельского хозяйства;

- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации
- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);
- внешнюю и внутреннюю среду организации;- цикл менеджмента;
- процесс принятия и реализации управленческих решений;
- функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;
- систему методов управления;- методику принятия решений;
- стили управления, коммуникации, деловое общение;- сущность и функции маркетинга;
- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

ЗАДАНИЯ.

.Выбрать правильный вариант ответа

1. МЕНЕДЖМЕНТ – ЭТО ...

- 1) эффективное использование и координация всех ресурсов
(производительный, финансовый и человеческий) для достижения целей с максимальной эффективностью
- 2) комплекс взаимосвязанных действий по планированию, организации, мотивации и контролю
- 3) система программно-целевого управления, перспективного и текущего планирования, организации производства и реализации продукции
- 4) система взаимосвязанных функций управления

Эталон: 3

2. ЦЕЛЮМ МЕНЕДЖМЕНТА ЯВЛЯЕТСЯ

- 1) удовлетворение потребностей рынка 2) изучение потребительской корзины
- 3) совершенствование производственного процесса 4) возможность конкуренции на рынке

Эталон: 1

3. ЗАДАЧА МЕНЕДЖМЕНТА ...

- 1) благотворительная деятельность 2) получение прибыли
- 3) разработка системы производства и сбыта 4) внедрение наукоемких технологий

Эталон: 4

4. КОНЦЕПЦИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБЫТА ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В

УТВЕРЖДЕНИИ:

- 1) Товары будут продаваться в том случае, если сконцентрировать усилия на сбыте и его стимулировании
- 2) Нужно сконцентрировать усилия на улучшении производства, увеличении его объемов и повышении эффективности
- 3) Товары будут хорошо продаваться, если обеспечить им высокое качество и хорошие потребительские свойства

Эталон: 1

5. КОНКУРЕНТНАЯ СИЛА ТОВАРОВ-ЗАМЕНИТЕЛЕЙ ТЕМ ВЫШЕ:

- 1) Чем ниже цена и выше качество товара-заменителя
- 2) Чем выше цена переключения потребителей на товар-заменитель
- 3) Чем выше качество заменяемого товара
- 4) Чем ниже цена и качество заменяемого товара

Эталон: 1

6. ВНЕДРЕНИЕ КОНВЕЙЕРНОЙ СИСТЕМЫ, РЕЗКОЕ СНИЖЕНИЕ

СТОИМОСТИ ТОВАРОВ, СЛАБОЕ ВМЕШАТЕЛЬСТВО ГОСУДАРСТВА ХАРАКТЕРНО
ДЛЯ ...

- 1) промышленного переворота2) эпохи постиндустриального общества
- 3) постэкономической эпохи4) эпохи массового сбыта

Эталон: 4

7. АВТОР ШКОЛЫ НАУЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ ...

- 1) А. Файоль2) Г. Эмерсон3) Ф. Тейлор4) Э. Мейо

Эталон: 3

8. ВАЖНОСТЬ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В ТРУДОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА РАССМАТРИВАЕТ ШКОЛА ...

- 1) научного управления2) административного управления
- 3) человеческих отношений и поведенческих наук4) количественных методов

Эталон: 3

9. МИССИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ – ЭТО ...

- 1) стратегия, которая должна быть выполнена по истечению
определённого периода времени
- 2) определённый перечень текущих и перспективных направлений
- 3) смысл существования планирования
- 4) видение своего бизнеса, своей компании

Эталон: 2

10. ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ ОСНОВА МАРКЕТИНГА СОСТОИТ В ТОМ, ЧТОБЫ:

- 1) ускорить процесс отдачи производственных фондов предприятия

- 2) повысить конкурентоспособность продукции
- 3) повысить мобильность производства
- 4) привести в соответствие потребности покупателя и ресурсы организации

Эталон: 4

11. БАЗОВАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ – ЭТО ...

- 1) лидерства 2) монополии 3) сегментации 4) риска

Эталон: 1

12. ОСНОВНАЯ ФУНКЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА ...

- 1) прогнозирование 2) предсказание 3) координирование 4) планирование

Эталон: 4

13. УТОЧНЕНИЕ, КОРРЕКЦИЯ, ДОПОЛНЕНИЕ, ОДНИМ СЛОВОМ,
КОНКРЕТИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ – ЭТО ...

- 1) стратегическое планирование 2) тактическое планирование 3) целеполагание
- 2) Эталон: 2

14. ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ У РАБОТНИКА НЕОБХОДИМЫХ
СТИМУЛОВ К ТРУДУ ЯВЛЯЕТСЯ ФУНКЦИЯ ...

- 1) планирование 2) организация 3) мотивация 4) контроль

Эталон: 3

15. КАК МОЖНО ОХАРАКТЕРИЗОВАТЬ МАРКЕТИНГОВУЮ
СТРАТЕГИЮ КОМПАНИИ, НАХОДЯЩЕЙСЯ НА ГЛОБАЛЬНОЙ
СТАДИИ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ БИЗНЕСА?

- 1) адаптация 2) расширение 3) внутренняя 4) расширение, адаптация, зарождение

Эталон: 2

16. ПЕРЕДАЧА ИЛИ РАЗДЕЛЕНИЕ ПОЛНОМОЧИЙ

- 1) централизация 2) единоначалие 3) координация 4) делегирование

Эталон: 4

17. УМЕНИЕ ВЛИЯТЬ НА ПОДЧИНЁННЫХ ВЫРАЖАЕТСЯ В КАЧЕСТВЕ

- 1) доминантность 2) стрессоустойчивость 3) креативность 4) гибкость поведения

Эталон: 1

18. МЕТОД ОСНОВАННЫЙ НА МАТЕРИАЛЬНОЙ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТИ РАБОТНИКОВ

- 1) организационно-правовой 2) административный 3) социально-психологический
- 4) экономический

Эталон: 4

19. СТИЛЬ УПРАВЛЕНИЯ, ПОЛНОСТЬЮ ОРИЕНТИРОВАННЫЙ НА ПРОИЗВОДСТВО И УДЕЛЯЮЩИЙ МАЛО ВНИМАНИЯ ЛЮДЯМ, А ТАКЖЕ РЕШЕНИЯ, КОТОРЫЕ НЕ ОБСУЖДАЮТСЯ

- 1) демократический 2) либеральный 3) диктаторский 4) пессимистический

Эталон: 3

20. БОЛЕЕ НАГЛЯДНО ИТОГОВУЮ ДОКУМЕНТАЦИЮ ПО КОНТРОЛЮ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ В ФОРМЕ ...

- 1) рисунков 2) схемы 3) линейной диаграммы 4) устной форме

Эталон: 3

Установить правильную последовательность

21. УСТАНОВИТЬ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ДЕЙСТВИЙ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ

- 1) получение и обработка информации о состоянии объекта
- 2) выдача команды 3) реализация решения и изменение объекта
- 4) определение хозяйственных принципов и ориентиров, целей и задач
- 5) выработка решений

Эталон: 1, 4, 5, 2, 3

22. УСТАНОВИТЬ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ЭТАПОВ ПРОЦЕССА ПЛАНИРОВАНИЯ

- 1) прогнозирование 2) формулирование целей 3) формирование бюджета
- 4) разработка программ действий и составление графика работ
- 5) выявление и выбор вариантов развития

Эталон: 1, 5, 2, 4, 3

23. УСТАНОВИТЕ ИЕРАРХИЮ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПО МАСЛОУ

- 1) потребность в безопасности и стабильности
- 2) потребность в уважении
- 3) физиологические потребности
- 4) потребность в самовыражении
- 5) социальные потребности

Эталон: 3, 1, 5, 2, 4

Вставить пропущенное слово в предложении

24) ... ПЛАН ПРЕДПРИЯТИЯ, СОСТАВЛЯЮЩИЙСЯ НА 1 – 3 ГОДА
ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ.

Эталон: тактический

25) ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ИМЕЮЩАЯ ЦЕЛЬЮ АКТИВИЗИРОВАТЬ ЛЮДЕЙ,
РАБОТАЮЩИХ В ОРГАНИЗАЦИИ, И ПОБУДИТЬ ИХ ЭФФЕКТИВНО
ТРУДИТЬСЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ПОСТАВЛЕННЫХ ЦЕЛЕЙ
НАЗЫВАЕТСЯ ...

Эталон: мотивация

26) ОСНОВНЫМ ФАКТОРОМ МОТИВИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА К
РАБОТЕ ЯВЛЯЕТСЯ ...

Эталон: заработная плата

27) ОСНОВНЫМИ ФУНКЦИЯМИ МЕНЕДЖМЕНТА ЯВЛЯЮТСЯ
ПЛАНИРОВАНИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ, МОТИВАЦИЯ И ...Эталон: контроль
Установить соответствие

28. МЕЖДУ АНГЛИЙСКИМИ И РУССКИМИ ПОНЯТИЯМИ

1. Торmanager А) менеджер по продажам
2. Projectmanager Б) менеджер высшего уровня
3. Salesmanager В) менеджер среднего звена
4. Brandmanager Г) менеджер по проектам
5. Middlemanager Д) менеджер по марке товара

Эталон: 1 – Б, 2 – Г, 3 – А, 4 – Д, 5 - В

29. ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ

1. Факторы внешней среды -А) потребители,...

2. Факторы внутренней среды Б) технология производства...

В) конкуренты Г) персонал Д) политика Е) потребители Ж) структура управления

Эталон: 1 – А, В, Д, Е; 2 – Б, Г, Ж

30. МЕЖДУ СТРУКТУРАМИ УПРАВЛЕНИЯ И ИХ ВИДАМИ

1. Иерархический тип структур управления -

А) линейный....

2. Органический тип структур управления-.....

Б) штабной В) бригадный Г) проектный Д) функциональный Е) матричный

Эталон: 1 – А, Б, Д; 2 – В, Г, Е

Ситуационные задания

Вариант 1.

Вам как руководителю предприятия необходимо заполнить два вакантных места: начальник отдела маркетинга и руководителя группы учета и контроля планового отдела. Постройте (письменно) модели этих менеджеров, отразив в них требования, которые вы будете предъявлять претендентам на должности, включая способности предстоящей деятельности, теоретические навыки и практические навыки, темперамент, здоровье и другие качества, необходимые для успешной работы в новой должности.

Сравните обе созданные вами модели.

Итак, начальник отдела маркетинга должен быть...

Руководитель группы учета и контроля планового отдела должен преимущественно обладать следующими личностными свойствами:...

Далее. Вы создали модель руководителей двух подразделений. Объявите конкурс на замещение этих вакантных должностей, а в качестве претендентов используйте ваших знакомых. Примените балльный метод, выберите наиболее достойного претендента на каждую должность.

Вариант 2.

Разберите две достаточно стандартные для студенческой группы ситуации. В письменном виде сделайте план работы группы.

1. Группе необходимо выполнить определенный объем работ по благоустройству территории колледжа. Кто должен возглавить студенческую рабочую группы? Как будет организована подготовка к работе?

2. Студенческая группа решила провести вместе очередной праздник.

Как будет организована подготовка к празднику, кто её возглавит, и будет управлять ситуацией?

Вариант 3.

Постройте план своей карьеры, предусмотрев не только трудоустройство, но и продвижение по иерархической лестнице, повышение своего образования и приобретения навыков управления производственными процессами и людьми, работы в группе (команде), свой творческий рост.

Решив трудную и важную задачу в своей жизни, наградите себя свободным временем, чтобы «расслабиться».

Возможно, это один из самых важных планов вашей жизни!

.Список литературы :

- 1) Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга: учебное пособие. М.:«Инфра - М», 2011.
- 2) Конспект лекций Бабушкиной О.А. по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга».
- 3) Морозов Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие. – М.:Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2011.
- 4) Панкратов Ф.Г., Баженова Ю.К., Серегина Т.К., Шахурин В.Г.Рекламная деятельность. – М.: Издательско – книготорговый центр «Маркетинг», 2010.
- 5) Украинцева А.А. Маркетинг в вопросах и ответах: учебное пособие. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2011.
- 6) Хлусов В.П. Основы маркетинга – М.: «Издательство ПРИОР», 2012.