


Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный аграрный университет»

СОГЛАСОВАНО

Декан экономического факультета
 И.В. Ковалева
« 18 » 06 2015 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
 И.А. Косачев
« 18 » 06 2015 г.

Кафедра товароведения и маркетинга

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
« Методы исследований в менеджменте »

Направление подготовки
38.04.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки
«Коммерческая логистика»
«Предпринимательская деятельность»
«Товарный консалтинг»
«Организация маркетинговой деятельности»

Уровень высшего образования - магистратура

Барнаул 2015

Рабочая программа учебной дисциплины «Методы исследований в менеджменте» составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», в соответствии с учебным планом, утвержденным ученым советом университета:

протокол № 8 от 28.04.2015 г. по магистерским программам «Коммерческая логистика», «Предпринимательская деятельность», «Товарный консалтинг», «Организация маркетинговой деятельности» для очной, заочной формы обучения.

Рассмотрена на заседании кафедры, протокол № 10 от 15.06 2015 г.

Зав. кафедрой,
д.э.н, профессор



И.В.Ковалева

Одобрена на заседании методической комиссии экономического факультета, протокол № 11 от «16» 06 2015 г.

Председатель методической комиссии,
к.с.-х.н., доцент



Т.В.Стрельцова

Составитель:

Зав. кафедрой, д. э. н, профессор



И.В.Ковалева

1. Цель и задачи освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины
4. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий
5. Тематический план освоения дисциплины
6. Образовательные технологии
7. Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
 - 7.1 Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости
 - 7.2 Характеристика фондов оценочных средств для промежуточной аттестации
7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – дать знания современной научной теории и методов исследования в менеджменте.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с основными традиционными и современными концепциями, методами исследований в менеджменте как науки.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина « Методы исследований в менеджменте» относится к общепрофессиональным дисциплинам 1 блока обязательных дисциплин.

Дисциплина « Методы исследований в менеджменте» требует от магистров фундаментальных знаний по управленческой экономике, современному стратегическому анализу, деловым и научным коммуникациям и др. дисциплинам.

Таблица 2.1 – Сведения о дисциплинах, практиках (и их разделах), на которые опирается содержание данной дисциплины

Наименование дисциплин, других элементов учебного плана	Перечень разделов
Управленческая экономика	Экономический образ мышления. Воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций
Современный стратегический анализ	Анализ социально значимых проблем и процессов в бизнес-среде. Последствия управленческих решений с позиции стратегического развития организации
Деловые и научные коммуникации	Роль и значение методов деловых и научных коммуникаций , сбора информации и информационных технологий в развитии современной организации. Методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Таблица 3.1 – Сведения о компетенциях и результатах обучения, формируемых данной дисциплиной

Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной	Коды компетенций в соответствии с ФГОС ВО	Перечень результатов обучения, формируемых дисциплиной		
		По завершении изучения данной дисциплины выпускник должен		
		знать	уметь	владеть

способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	ПК-6	современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации	ставить цели и формулировать задачи, связанные с выполнением профессиональных функций;	основные приемы и методы стратегического анализа для управления бизнес-процессами
Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	ПК-4	основные приемы и методы экономического анализа для использования современных технологий коммуникаций	ставить цели и формулировать задачи, связанные с выполнением профессиональных функций	современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации
Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	ПК-10	основные приемы и методы исследований в менеджменте	современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации	ставить цели и формулировать задачи, связанные с выполнением профессиональных функций
Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость научного исследования	ПК-9	основные приемы и методы экономического анализа	ставить цели и формулировать задачи, связанные с выполнением профессиональных функций	современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации
способностью представлять результаты проведенного	ПК-7	основные приемы и методы	ставить цели и формулировать задачи, связанные с выполнением	современными технологиями эффективного

исследования в виде научного отчета, статьи или доклада		экономического анализа	профессиональных функций	влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации
способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	ПК-8	основные приемы и методы исследований в менеджменте	ставить цели и формулировать задачи, связанные с выполнением профессиональных функций	современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации

4. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий

Таблица 4.1 – Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий, реализуемой по учебному плану по дисциплине « Методы исследований в менеджменте» , часов

Вид занятий	очная	заочная
	программа подготовки	
1. Аудиторные занятия, часов, всего,	36	12
в том числе:		4
1.1. Лекции	8	
1.2. Лабораторные работы	-	
1.3. Практические (семинарские) занятия	28	8
2. Самостоятельная работа, часов, всего	63	96
в том числе:		
2.1. Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)		
2.2. Расчетно-графическое задание (РГР)	-	
2.3. Самостоятельное изучение разделов	30	

2.4. Текущая самоподготовка		
2.5. Подготовка и сдача зачета		
2.6. Контрольная работа (К)	к	
Итого часов (стр. 1+ стр.2)	108	108
Общая трудоемкость, зачетных единиц	3	3

* Формы промежуточной аттестации: зачет (З), экзамен (Э).

5. Тематический план освоения дисциплины

Таблица 5.1 – Тематический план изучения дисциплины по учебному плану по дисциплине «Методы исследований в менеджменте» для очной формы обучения, часов

Наименование темы	Изучаемые вопросы	Объем часов				Форма текущего контроля*
		Лекции	Лабораторные работы	Практические (семинарские) занятия	Самостоятельная работа	
Проблемы экономического развития РФ на современном этапе.	1. Проблемы мировой экономики. 2. Проблемы экономики РФ.	2	-	6	10	Т
Система объективных экономических законов.	1. Понятие и сущность объективного экономического закона. 2. Механизм действия ОЭЗ. 3. Механизм использования действия ОЭЗ.	4	-	6	10	Т
Общенаучные методы научных исследований в менеджменте.	1. Индукция и дедукция. 2. Синтез и анализ.	4		6	10	Т
Восхождение от конкретного	1. Средние величины и дисперсия. 2. Ранжированные ряды и динамика.	2	-	6	15	Т

к абстрактном у и обратно.						
Динамическ ие процессы в экономике и методы исследовани я.	1. Понятие динамических процессов. 2. Характер развития динамических процессов.	2	-	6	10	Т
	Подготовка к зачету	х	х	х	9	х
	Всего за семестр	14	-	30	55	х
	Всего по дисциплине	14	-	30	55	х

*Формы текущего контроля: лабораторная работа (ЛР); контрольная работа (К); расчетно-графическая работа (РГР); домашнее задание (ДЗ); реферат (Р); эссе (Э); коллоквиум (КЛ); тестирование (Т); индивидуальное задание (ИЗ); аудиторная контрольная работа (АКР).

Таблица 5.2 – Тематический план изучения дисциплины по учебному плану по дисциплине « Методы исследований в менеджменте» для очной формы обучения, часов

Наименование темы	Изучаемые вопросы	Объем часов				Форма текущего контроля*
		Лекции	Лабораторные работы	Практические (семинарские) занятия	Самостоятельная работа	
Проблемы экономическ ого развития РФ на современн м этапе.	1. Проблемы мировой экономики. 2. Проблемы экономики РФ.	2	-	6	10	Т
Система объективны х экономическ их законов.	1. Понятие и сущность объективного экономического закона. 2. Механизм действия ОЭЗ. 3. Механизм использования действия ОЭЗ.	4	-	6	10	Т,РЗ
Общенаучн ые методы научных исследовани й в менеджмент е.	1. Индукция и дедукция. 2. Синтез и анализ. 3. Методы маркетинговых исследований	4		6	10	РЗ

Восхождение от конкретного к абстрактному и обратно.	1. Средние величины и дисперсия. 2. Ранжированные ряды и динамика.	2	-	6	10	Т, РЗ
Динамические процессы в экономике и методы исследования.	1. Понятие динамических процессов. 2. Характер развития динамических процессов.	2	-	6	6	Т,З
	Подготовка к зачету	х	х	х	9	х
	Всего за семестр	14	-	30	55	х
	Всего по дисциплине	14	-	30	55	х

6. Образовательные технологии

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, по ОПОП 38.04.02 «Менеджмент» должны составлять не менее 50 процентов от всего объема аудиторных занятий (в соответствии с требованиями ФГОС ВО). По дисциплине «Методы исследований в менеджменте» удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, в соответствии с данной программой составляет 52 процентов аудиторных занятий (в том числе лекций не более 30 процентов).

Таблица 6.1 – Активные и интерактивные формы проведения занятий, используемые на аудиторных занятиях по учебному плану по дисциплине «Методы исследований в менеджменте» для заочной, очной формы обучения

Семестр	Вид занятия	Используемые активные и интерактивные формы проведения занятий	Кол-во часов*
1	Лекция	Лекция – визуализация с применением мультимедийных технологий. Систематизация и выделение наиболее существенных элементов информации.	2
	Практические занятия	Разбор конкретных ситуаций (кейсов) - выявление, отбор и решение проблем; работа с информацией - осмысление значения деталей, описанных в ситуации; анализ и синтез информации и аргументов; работа с предположениями и заключениями; оценка альтернатив; принятие решений; слушание и понимание других людей. Решение кейса может происходить как индивидуально, так и в составе группы.	2
	Практические занятия	Деловая игра - метод имитации принятия решений студентами, осуществляемый по заданным преподавателем правилам.	2
	Практические	Групповая дискуссия - организация в малой группе	2

	еские занятия	целенаправленного разговора по проблемам в соответствии с заданной темой исследования.	
Итого			8

*- в одном аудиторном занятии могут сочетаться различные формы проведения занятий.

7. Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

7.1 Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости

С целью мотивации студентов к качественному освоению компетенций и достижению результатов обучения, формируемых дисциплиной, преподавателем применяются тесовые задания.

В программе указан примерный перечень вопросов для проведения тестирования по темам лекционного курса.

Тест (англ. test – испытание, исследование) – список кратких вопросов, требующих однозначных или конкретных (в зависимости от вида вопроса) ответов, показывающих уровень знаний тестируемого. Тесты проводятся в письменной форме и могут быть двух видов:

- а) с вариантами ответов;
- б) без вариантов ответов.

Тестирование знаний проводится в течение всего семестра с определенной периодичностью по изученным тематическим циклам.

Тестирование знаний студентов проводится по подгруппам (12 –13 человек). Вопросы теста в разных подгруппах не повторяются. Общий список вопросов тестирования утверждается решением кафедры вместе с учебной программой.

Один тест содержит 10-15 вопросов, время ответов на которые составляет 20 – 30 мин.

Каждый вопрос оценивается по двухбалльной шкале:

- 2,0 балла – абсолютно правильный ответ;
- 1,5 балла – ответ содержит незначительную погрешность;
- 1,0 балл – наполовину правильный ответ;
- 0,5 баллов – ответ содержит незначительные элементы правильного ответа.

Максимально-возможная сумма баллов по итогам одного тестирования составляет 24 балла, минимально допустимая сумма баллов, свидетельствующая об удовлетворительном уровне освоения тестируемым данного тематического цикла, составляет 15 баллов. Студент, не набравший в результате тестирования 15 баллов, считается не освоившим данный тематический цикл и должен пройти повторное тестирование.

Перечень вопросов к контрольной работе по вариантам

Экономические методы исследований

Вариант 1. Анализ производства и реализации продукции

Теоретическая часть:

1. Анализ в системе маркетинга, ассортимента и структуры продукции, ценовой политики
2. Анализ качества производимой продукции.

Практическая часть:

1. Методом цепных подстановок проанализировать влияние факторов на изменение фондоотдачи исходя из следующих данных:

Показатели	Базовое значение	Фактическое значение	Отклонение	Влияние факторов
Среднегодовая стоимость ОПФ, тыс. руб.	7076	7390		
Товарная продукция в сопоставимых ценах, тыс.	6880	6900		
Фондоотдача				

2. Построить аналитическую модель, отражающую взаимосвязь между показателями рентабельности активов, рентабельности продаж и оборачиваемости активов. Определить рентабельность активов и количественные параметры двухфакторной модели, если чистая прибыль составляет 148 тыс. руб., выручка от реализации - 1240 тыс. руб., среднегодовая стоимость активов - 800 тыс. руб.

3. Предприятие производит три продукта А, В, С, доля которых в общем выпуске соответственно составляет 20, 30 и 50%. Коэффициент соотношения переменных затрат и цены составляет по изделию А - 0,6, В - 0,65, С - 0,8. Постоянные затраты за год равны 200 тыс. руб. Определить критический

объем продаж и объем реализации продукции для получения прибыли 25 тыс. руб.

Вариант 2. Анализ трудовых ресурсов

Теоретическая часть:

1. Задачи и основные направления анализа трудовых ресурсов.
2. Анализ и оценка показателей оборота и движения рабочей силы.

Практическая часть:

1. Рассчитать материалоотдачу и определить сумму относительной экономии (перерасхода) материальных ресурсов. Методом цепных подстановок определить количественное влияние факторов на результативный показатель – реализованную продукцию.

Показатели	План	Факт	Отклонение
Реализованная продукция, тыс. руб.	5150	6279	
Материальные затраты, тыс. руб.	1353	1405	
Материалоотдача			

2. Балансовая прибыль составляет 4550 тыс. руб., налоги на прибыль составляют 35%. Определить чистую прибыль .

3. В отчетном году по сравнению с предыдущим выручка от реализации увеличилась на 50 тыс. руб. и составила 300 тыс. руб. Уровень маржинального дохода в цене снизился с 0,4 до 0,35. Величина постоянных расходов осталась неизменной. Определить маржинальный доход и прибыль в отчетном и прошлом году. Какие факторы повлияли на изменение маржинального дохода, если цены на продукцию и величина переменных затрат в расчете на единицу каждого изделия остались неизменными? Рассчитать влияние факторов на изменение маржинального дохода.

Вариант 3. Анализ материальных ресурсов

Теоретическая часть:

1. Задачи и основные направления анализа материальных ресурсов.
2. Анализ и оценка показателей эффективности использования материальных ресурсов.

Практическая часть:

1. Составить товарный баланс по продукции А, оплаченной покупателями. Определить влияние факторов на выручку от реализации, если цена единицы изделия А составляла в предыдущем году 48 руб., в отчетном - 52 руб.

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год
Остатки нереализованной продукции на складе на начало года, ед.	60	
Остатки отгруженной продукции, не оплаченной покупателями на начало года, ед.	20	
Товарная продукция за год, ед.	800	890
Остатки нереализованной продукции на складе на конец года, ед.	70	73
Остатки отгруженной продукции, не оплаченной покупателями на конец года, ед.	30	20

2. Составить аналитическую модель, отражающую зависимость результативного показателя - годового фонда рабочего времени от численности рабочих, числа дней, отработанных одним рабочим за год и средней продолжительности рабочего дня.

3. Плановые расчеты по выпуску нового вида продукции характеризуются следующими данными: количество изделий в год - 1000 ед.; цена единицы продукции - 26 тыс. руб., переменные затраты на единицу

продукции - 10 тыс. руб.; постоянные расходы на весь выпуск - 10 000 тыс. руб.

Вариант 4. Анализ производственных затрат и себестоимости

Теоретическая часть:

1. Понятие, сущность и классификация затрат в экономическом анализе.
2. Особенности анализа прямых, переменных и постоянных затрат.

Практическая часть:

1. Методом абсолютных разностей определить влияние факторов на результативный показатель - товарную продукцию.

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год
Товарная продукция, тыс. руб.	28251	29691,6
Среднегодовая численность работающих, чел	6450	6540
Выработка продукции на одного работающего	?	?

2. Используя кратные модели, показать взаимосвязь между показателями фондоотдачи, фондовооруженности и производительности труда.

3. В отчетном году при полном использовании производственных мощностей выручка составила 1500 тыс. руб., постоянные расходы - 300 тыс. руб., уровень маржинального дохода в цене - 0,4. В предстоящем году в связи с увеличением мощности планируется объем реализации 2000 тыс. руб., постоянные расходы возрастут на 25%. Уровень маржинального дохода планируется прежним. Как изменится прибыль и критический объем продаж.

Вариант 5. Анализ доходов, расходов и финансовых результатов

Теоретическая часть:

1. Доходы и расходы как экономическая база формирования финансовых результатов.
2. Анализ формирования, использования и распределения прибыли.

Практическая часть:

1. Определить выработку на одного работающего, относительное высвобождение (дополнительное вовлечение) трудовых ресурсов.

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год
Товарная продукция, тыс. руб.	28251	29691,6
Среднегодовая численность работающих, чел	6450	6540
Выработка продукции на одного работающего	?	?

2. Определить коэффициент абсолютной ликвидности, если денежные средства предприятия составили на момент анализа 1 500 000 тыс. руб., краткосрочные кредиты и займы - 780 000 тыс. руб., краткосрочные вложения и ценные бумаги - 620 000 тыс. руб., кредиторская задолженность и прочие пассивы - 320 000 тыс. руб.

3. В планируемом году спрос на продукцию А и В возрос. В силу ограниченности ресурсов можно увеличить выпуск продукции А на 25% или продукции В на 20%. Производство какого из двух видов изделий следует увеличить? Определить планируемый объем продаж, рассчитать маржинальный доход и прибыль.

Показатели	А	В	Итого
Объем продаж отчетного года, ед.	1300	2000	X
Цена за единицу изделия, тыс. руб.	800	1500	X
Удельные переменные затраты, тыс. руб.	600	1100	X
Трудоемкость единицы изделия, час	10	40	X
Затраты постоянные всего, тыс. руб.	X	X	800

Вариант 6. Анализ рентабельности

Теоретическая часть:

1. Понятие рентабельности и ее роль в оценке эффективности хозяйственной деятельности.
2. Моделирование показателей рентабельности активов и капитала как база проведения многофакторного анализа.

Практическая часть:

1. Способом относительных разниц определить влияние факторов на результаивный показатель, используя следующие данные:

Показатели	План	Отчет	Абсолютное отклонение	Индекс	Влияние факторов
Удельный расход, усл. ед.	40	38			
Количество реализуемой продукции, шт.	100	110			
Цена единицы изделия, руб.	55	66			
Стоимость сырья на одно изделие, руб.					

Построить аналитическую модель, отражающую зависимость рентабельности постоянного капитала от структуры выручки и структуры маржинального дохода оборачиваемости постоянного капитала. Для построения модели использовать показатель прибыли от продаж.

2. Рассчитать количественные параметры модели и рентабельность постоянного капитала по следующим данным: собственный капитал на начало года составлял 800 тыс. руб., на конец года 890. Долгосрочный заемный капитал равен соответственно 400 и 380 тыс. руб. Выручка от реализации продукции равна 550 тыс. руб., неполная себестоимость реализованной продукции - 280, постоянные затраты - 140 тыс. руб.

3. Денежные средства хозяйствующего субъекта за отчетный год выросли с 1000 тыс. руб. до 1350 тыс. руб., предстоящие платежи уменьшились с 700 тыс. руб. до 650 тыс. руб. Определить коэффициент платежеспособности.

Вариант 7. Анализ оборотных средств

Теоретическая часть:

1. Классификация оборотных средств и методы их анализа.
2. Показатели оценки эффективности использования оборотных средств.

Практическая часть:

Индексным способом определить влияние факторов (количества реализованной продукции и цен) на результативный показатель - объем продаж в стоимостном выражении:

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год
Объем продаж в натуральном выражении, шт. : Изделие А	100	120
Изделие В	220	210
Изделие С	400	450
Цена единицы изделия , руб.		
Изделие А	10	11
Изделие В	12	14
Изделие С	15	15

2. Для поддержания спроса на продукцию планируется снизить цену на изделие. Определить необходимый объем продаж при новой цене, чтобы прибыль не уменьшилась. Максимальная мощность оборудования - 1600 шт. в год, фактический выпуск - 1200 шт. Переменные затраты на одно изделие -

50 тыс. руб. Постоянные затраты за период - 21 000 тыс. руб. Старая цена - 80, новая - 70 тыс. руб.

3. Определить коэффициент самофинансирования хозяйствующего субъекта, если прибыль направляемая в фонд накопления составила 19160 тыс. руб. За отчетный год заемные средства составили - 8051 тыс. руб., кредиторская задолженность - 10342 тыс. руб., среднегодовая стоимость основных производственных фондов - 35693 тыс. руб., норма амортизации - 15%.

Вариант 8. Анализ производительности труда

Теоретическая часть:

1. Понятие производительности труда и методика его анализа.
2. Показатели анализ и оценки производительности труда и трудоемкости.

Практическая часть:

1. Методом относительных разностей определить влияние факторов на резульативный показатель – стоимость израсходованного сырья:

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Индекс
Расход материалов на 1 изделие, кг	9	9,9	
Количество изделий	224	280	
Цена 1 кг сырья, руб.	5	6	
Стоимость израсходованного сырья			

2. Предприятие имеет собственных средств в размере 23 150 тыс. руб., заемных средств на сумму 15 тыс. руб., привлеченных средств в размере 235 тыс. руб. Определить коэффициент автономии, коэффициент финансовой устойчивости и сделать выводы.

3. Выбрать ассортимент, при котором возможно получение наибольшей прибыли. Общая сумма постоянных расходов одинакова для всех вариантов. Варианты отличаются структурой выпуска и количеством выпускаемой продукции. Определить маржинальный доход по каждому варианту.

Наименование изделия	Цена	Переменные затраты на ед. изд.	Удельный вес в объеме продаж, %		
			Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
А	80	60	20	30	15
В	140	80	30	25	20
С	120	100	10	20	35
Д	200	120	40	25	30
Выручка от реализации	-	-	350 000	320 000	330 000

Вариант 9. Анализ эффективности использования основных средств

Теоретическая часть:

1. Понятие основных средств, их классификация и методы анализа.
2. Оценка показателей движения и эффективности использования основных средств.

Практическая часть:

1. Определить влияние факторов: величины основных производственных фондов (ОПФ), их структуры, фондоотдачи активной части ОПФ на изменение выпуска товарной продукции в отчетном году по

сравнению с предыдущим годом, используя способ абсолютных разностей. Выпуск продукции составил в предыдущем году 1498 тыс. руб., в отчетном - 1602,2 тыс. руб. Среднегодовая стоимость ОПФ соответственно 1400 и 1580 тыс. руб., удельный вес активной части ОПФ - 0,5 и 0,52.

Показатели	Базовое значение	Фактическое значение	Отклонение	Влияние факторов
Среднегодовая стоимость ОПФ, тыс. руб.	1400	1580		
Удельный вес активной части ОПФ	0,5	0,52		
Активная часть ОПФ, тыс. Руб.			X	X
Фондоотдача активной части ОПФ				
Товарная продукция в сопоставимых ценах, тыс. Руб.	1498	1602,1		

2. Построить аналитическую модель, отражающую взаимосвязь между показателями рентабельности собственного капитала, рентабельности продаж, оборачиваемость активов и структуры капитала. Определить рентабельность собственного капитала и количественные параметры трехфакторной модели, если чистая прибыль составляет 148 тыс. руб., выручка от реализации - 1240 тыс. руб., среднегодовая стоимость активов - 800 тыс. руб., среднегодовая величина собственного капитала - 600 тыс. руб.

3. Обосновать выбор одного из видов продукции, производство которого можно организовать без осуществления капитальных вложений, но с учетом ограниченности производственных мощностей. Дополнительная продукция потребует увеличения общей суммы постоянных расходов на год (одинаковой для всех вариантов). Сравнить варианты производства трех видов продукции с позиции выгоды и риска. Необходимые показатели рассчитать и поместить в таблицу:

Показатели	A	B	C
Количество, ед	500	600	400
Цена, тыс. руб.	12	18	15
Удельные переменные затраты, тыс. руб.	10	12	11
Постоянные расходы, тыс. руб.	1200	1200	1200

Вариант 10. Анализ финансового состояния

Теоретическая часть:

1. Система показателей, характеризующих финансовое состояние и методы анализа.
2. Внешний и внутренний анализ финансовой устойчивости, кредитоплатежеспособности, деловой активности организации.

Практическая часть:

1. Интегральным методом определить влияние факторов на результативный показатель стоимость израсходованного сырья:

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Отклонения
Расход материала на 1 изделие, кг	9	9,9	
Количество изделий, шт	224	280	
Цена за 1 кг сырья, руб	5	6	
Стоимость израсходованного сырья, руб.			

2. Показать зависимость между результативным показателем - товарной продукцией и факторными показателями - стоимостью ОПФ, структурой ОПФ и фондоотдачей активной части ОПФ.

3. Количество выпускаемой продукции - 500 шт., цена единицы изделия - 10 т.руб., переменные затраты на единицу продукции - 6 т. руб., общая сумма постоянных расходов 1200 т. руб. Определить маржинальный

доход, прибыль, силу операционного рычага по отношению к количеству продукции, цене, переменным затратам, постоянным расходам. На сколько процентов изменится прибыль, если:

- а. объем продаж в натуральном выражении возрастет на 5%;
- б. цена возрастет на 5%;
- в. постоянные затраты снизятся на 5%;
- г. переменные затраты на единицу продукции снизятся на 5%.

7.2 Характеристика фондов оценочных средств для промежуточной аттестации

Примерный перечень тестов

1. Деление анализа на финансовый и управленческий обусловлено делением:

- а) бухгалтерского учета;
- б) статистического учета;
- в) аналитического учета;
- г) нет верного варианта ответа.

2. Финансовый анализ может быть только:

- а) внутренним;
- б) внешним;
- в) внутренним и внешним;
- г) закрытым.

3. Доступность результатов управленческого анализа:

- а) доступны всем;
- б) строго конфиденциальны;
- в) доступны руководителям других предприятий;
- г) доступны управляющим банком.

4. Исследование от общего к частному (от результатов к причинам)

ведется методом:

- а) индукции;
- б) дедукции;
- в) экономико – математическим;
- г) выборочным.

5. Прием элиминирования используется:

- а) для определения тенденции в изменении изучаемого показателя;
- б) для определения влияния отдельных факторов на результативный показатель;
- в) для общей оценки результатов хозяйственной деятельности предприятия и его подразделений;
- г) для проведения межхозяйственного сравнительного анализа.

6. Прием исчисления абсолютных разниц используется для:

- а) вертикального анализа;
- б) горизонтального анализа;

- в) определения влияния факторов;
- г) многомерного анализа.

7. Влияние факторов в смешанных моделях типа $y = \frac{A}{B+C}$ можно определить способом:

- а) сравнения;
- б) исчисления абсолютных разниц;
- в) цепных подстановок;
- г) исчисления относительных разниц.

8. Способ цепных подстановок используют:

- а) во всех типах факторных моделей;
- б) только в смешанных;
- в) в кратных;
- г) в аддитивных.

9. Используя метод цепных подстановок при определении влияния семи факторов, сколько расчетов необходимо сделать практически?

- а) два;
- б) шесть;
- в) один;
- г) восемь.

10. Состояние технического уровня машин, оборудования, транспортных средств определяется показателем:

- а) износа;
- б) движения;
- в) выбытия;
- г) пропорциональности.

11. Эффект от повышения технического уровня производства анализируется посредством показателей:

- а) роста производительности труда, снижения себестоимости, увеличения прибыли;
- б) уровня товарности;
- в) использования земельных угодий;
- г) нет верного варианта ответа.

12. Отношение объема реализованной продукции к затратам на управление показывает:

- а) эффективность управления;
- б) эффективность производства;
- в) себестоимость;
- г) уровень рентабельности продукции.

13. Коэффициент выбытия основных средств рассчитывается как отношение выбывших основных фондов к стоимости основных фондов:

- а) на начало года;
- б) на конец года;
- в) в среднем за год.

г) к остаточной стоимости на конец года.

14. Выпуск продукции в стоимостном выражении на каждый рубль основных фондов характеризует:

- а) состояние основных фондов;
- б) эффективность использования основных фондов;
- в) наличие основных фондов;
- г) движения.

15. Уровень основных производственных фондов на единицу продукции определяют с помощью показателя:

- а) фондоотдачи;
- б) фондоемкости;
- в) фондовооруженности;
- г) фондооснащенности.

16. Система показателей качества продукции включает в себя:

- а) общие, частные и косвенные показатели;
- б) обобщающие, структурные и качественные показатели;
- в) прямые, обратные и обобщающие показатели;
- г) нет верного ответа.

17. Влияние отдельных факторов на уровень рентабельности можно проанализировать:

- а) методом средних величин;
- б) методом цепных подстановок;
- в) индексным методом;
- г) графическим методом.

18. Влияние изменения себестоимости на финансовый результат от реализации продукции определяется:

- а) разницей между фактической и условной выручкой;
- б) разницей между условной и плановой выручкой;
- в) отношением фактической суммы выручки и фактического объема реализации;
- г) разницей между фактической и условной себестоимостью с обратным знаком.

19. Сравнение показателей финансовой отчетности с данным предыдущего периода осуществляется методом:

- а) вертикального анализа;
- б) горизонтального анализа;
- в) трендового анализа;
- г) факторного анализа.

Тематика докладов (рефератов) по работам научно-исследовательского характера

1. История, перспективы развития экономического анализа в России.
2. Система аналитических показателей.

3. Функционально-стоимостной анализ.
4. Информационная база экономического анализа.
5. Экономико-математические методы в экономическом анализе.
6. Анализ себестоимости продукции и пути ее снижения.
7. Использование функционально-стоимостного анализа при анализе затрат на производство продукции.
8. Анализ безубыточности и оценка запаса финансовой устойчивости.
9. Анализ финансовых результатов в зарубежной практике.
10. Финансовый левверидж.
11. Операционный левверидж.
12. Маржинальный анализ прибыли.
13. Новые подходы к оценке вероятности банкротства.
14. Обобщающая оценка финансового состояния предприятия.
15. Прогнозирование банкротства, основные методики и проблемы их применения.
16. Методы оценки рыночной ситуации.
17. Рейтинговая оценка финансового состояния организации: российский и зарубежный опыт.
18. Методы плакирования и прогнозирования.
19. Статистические методы исследования.
20. Маркетинговые методы исследования

7.2 Характеристика фондов оценочных средств для промежуточной аттестации

Контрольные вопросы для семинаров и к зачету

1. Место анализа в системе управления организацией

2. Предмет, метод и объекты экономического анализа.
3. Пользователи результатов анализа и объекты их интересов.
4. Классификация видов экономического анализа.
5. Содержание и взаимосвязь управленческого и финансового анализа.
6. Методы и приемы экономического анализа.
7. Методы факторного анализа функциональных моделей.
8. Анализ ценовой политики.
9. Анализ конкурентоспособности продукции.
10. Значение и задачи анализа маркетинговой деятельности.
11. Проблемы мировой экономики.
12. Проблемы экономики РФ.
13. Проблемы АПК РФ.
14. Понятие и сущность объективного экономического закона.
15. Механизм действия ОЭЗ.
16. Механизм использования действия ОЭЗ.
17. Индукция и дедукция.
18. Синтез и анализ.
19. Средние величины и дисперсия.
20. Ранжированные ряды и динамика.
21. Понятие динамических процессов.
22. Характер развития динамических процессов.
23. Основные признаки выделения принципов.
24. Технологические особенности как фактор типологизации.
25. Явление и сущность.
26. Причина и следствие.
27. Производственные ресурсы.
28. Результативные показатели и методика расчета.

29. Постановка задача.

30. Анализ оптимальной модели.

31. Стратегии роста и развития. Матрица И. Ансоффа.

32. Оценка конкурентного окружения. Конкурентные угрозы.
Стратегическая матрица SWOT-анализа.

33. Какие методы могут быть использованы для сбора данных в маркетинговых исследованиях?

34. Что такое эксперимент?

35. Охарактеризуйте наблюдение как метод сбора данных.

36. Чем лабораторные эксперименты отличаются от полевых?

37. Какие этапы включает в себя процесс проведения наблюдения?

38. Перечислите способы преобразования данных, применяющиеся в процессе обработки информации.

39. Охарактеризуйте роль экспериментального тестирования.

40. Перечислите достоинства и недостатки экспериментов.

41. Какие формы наблюдений можно применять в маркетинговых исследованиях?

42. Каковы особенности проведения скрытых и открытых форм наблюдений?

43. Что представляет собой деловая разведка?

44. В чем суть метода тестирования «Лестница цен»?

45. Что такое мониторинг?

46. В чем, по вашему мнению, заключаются достоинства и недостатки сплошных и выборочных наблюдений?

47. В чем особенность прямых и непрямых наблюдений?

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

а) основная литература

1. Ковалева, И. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для бакалавров направления подготовки "Менеджмент" очной и заочной форм обучения экономического факультета / И. В. Ковалева, П. В. Водясов, Д. В. Рожкова ; АГАУ. - Барнаул : АГАУ, 2015. - 192 с.
2. Симонян, Т. В. Маркетинг для магистров : учебное пособие / Т. В. Симонян ; ред. Б. Ч. Месхи. - Ростов н/Д : Феникс, 2013. - 317 с.
3. Савицкая Г.В. Экономический анализ: Учебник / Г.В. Савицкая. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 649 с.
- 4.

б) дополнительная литература

1. Герасимов, Б. И. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. Н. Мозгов. - М. : ФОРУМ, 2011. - 336 с. :
2. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования : практикум : учебное пособие для вузов / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. - М. : Дашков и К', 2011. - 216 с.

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Сайт государственных органов власти РФ <http://rsnet.ru>
2. Сайт Президента РФ <http://president.kremlin.ru>
3. Сайт Правительства Российской Федерации
<http://www.government.gov.ru/>
4. Министерство природных ресурсов Российской Федерации
<http://www.mnr.gov.ru/>
5. Министерство финансов РФ <http://www.minfin.ru/>
6. Министерство Российской Федерации по налогам и сборам
<http://www.nalog.ru/>
7. Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации <http://www.economy.gov.ru/>
8. Правовая справочная система «Консультант плюс»
<http://www.consultant.ru>
9. Сайт Федеральной службы государственной статистики
<http://www.gks.ru/>
10. Экономическая экспертная группа <http://www.eeg.ru/>
- 11 <http://www.akm.ru/> - Информационно-аналитическое агентство АК&М;
- 12 <http://www.forecast.ru/> - Центр макроэкономического анализа и

краткосрочного прогнозирования;

13. <http://www.gks.ru> - Федеральная служба государственной статистики;

14. <http://gaap.ru/diary/> - Интернет-издание по теории и практике финансового и управленческого учета;

15. <http://www.aup.ru/library/> - Электронная библиотека экономической и деловой литературы.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные аудитории, аудитории для проведения практических занятий, оснащенные средствами мультимедийными средствами обучения, компьютерные классы.

Аннотация дисциплины

« Методы исследований в менеджменте» по направлению 38.04.02 «Менеджмент»

Цель дисциплины: : формирование знаний и навыков исследовательской деятельности выпускников магистратуры

Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций.

№ п/п	Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной
1	Способность предоставлять результаты проведенного исследования в виде отчет, статьи или доклада(ПК 8)
2	способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК- 4)
3	Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой(ПК-10)
4	Способность обосновывать актуальность , теоретическую и практическую значимость научного исследования(ПК-9)
5	способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем

	управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями(ПК-6)
6	способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада(ПК-7)

Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану направления подготовки **по**
направлению 38.04.02 «Менеджмент»

Вид занятий	очная	заочная
1. Аудиторные занятия, часов, всего,	36	12
в том числе:		4
1.1. Лекции	8	
1.2. Лабораторные работы	-	
1.3. Практические (семинарские) занятия	28	8
2. Самостоятельная работа, часов, всего	63	96
Итого часов (стр. 1+ стр.2)	108	108
Общая трудоемкость, зачетных единиц	3	3

Формы промежуточной аттестации: зачет

Перечень изучаемых тем.

1. Проблемы экономического развития РФ на современном этапе.
2. Система объективных экономических законов.
3. Общенаучные методы научных исследований в менеджменте.
4. Восхождение от конкретного к абстрактному и обратно.
5. Динамические процессы в экономике и методы исследования.
6. Типологизации и принципы аналогов.
7. Причинно-следственные связи в экономике.
8. Методы расчета экономической эффективности.

9. Экономико-математическое моделирование.

Приложение № 1

к программе дисциплины «Методы исследований в менеджменте»

Список имеющихся в библиотеке университета изданий основной учебной литературы по дисциплине «Методы исследований в менеджменте»

по состоянию на «15» мая 2017 года

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1.	Ковалева, И. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для бакалавров направления подготовки "Менеджмент" очной и заочной форм обучения экономического факультета / И. В. Ковалева, П. В. Водясов, Д. В. Рожкова ; АГАУ. - Барнаул : АГАУ, 2015. - 192 с.	30экз.
2.	Симонян, Т. В. Маркетинг для магистров : учебное пособие / Т. В. Симонян ; ред. Б. Ч. Месхи. - Ростов н/Д : Феникс, 2013. - 317 с.	1 экз.
3.		

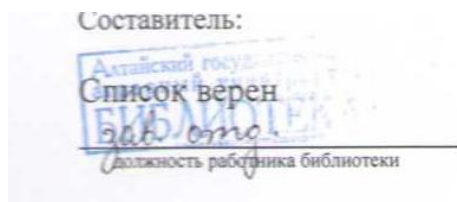
Список имеющихся в библиотеке университета изданий дополнительной учебной литературы по дисциплине «Методы исследований в менеджменте»

по состоянию на «15» мая 2017 года

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1.	Герасимов, Б. И. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. Н. Мозгов. - М. : ФОРУМ, 2011. - 336 с. :	3 экз.

2.	Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования : практикум : учебное пособие для вузов / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. - М. : Дашков и К, 2011. - 216 с.	1 экз.
Периодические научные издания		
1.	Проблемы теории и практики управления.	

*– учебное издание, имеющее соответствующие рекомендации к опубликованию и использованию в учебном процессе, авторскими правами на которое обладают преподаватель (преподаватели) кафедры, на которой ведется преподавание данной дисциплины, и ФГБОУ ВО АГАУ.



И.В.Ковалева


 подпись


 И.О. Фамилия