

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама**.

1.2. Место дисциплины в ППССЗ: является общепрофессиональной дисциплиной и входит в профессиональный цикл профессиональной подготовки.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

Перечень личностных результатов	
ЛР 4:	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».
ЛР 18:	Проявляющий стремление к личностному саморазвитию и непрерывному профессиональному образованию.

Код ПК, ОК	Индикаторы достижения компетенции
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные

	средства и материалы.
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

Умения	Знания
У1: определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; У2: разрабатывать бизнес-план организации.	З1: экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; З2: основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики; З3: пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **72** часа;
 внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося **36** часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов	В т.ч. в форме практической подготовки
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	72	41
в том числе:		
лекционные занятия	31	5
лабораторные занятия	36	36
контрольные работы	3	-
дифференцированный зачет	2	-
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося (всего)	36	-
в том числе:		
работа с конспектом лекций	3	-
составление плана и схемы конспекта	3	-
подбор и анализ информации в материалах Интернет-ресурсов, учебной литературы.	4	-
подготовка реферата	6	-
подготовка сообщения	8	-
подготовка доклада	12	-
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.04 Экономика организации

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся		Объем в часах	Результаты освоения
1	2		3	4
Раздел 1. Организация в условиях рынка			4+вср18	
Тема 1.1. Предмет и задачи курса «Экономика организации»	Содержание учебного материала		3	
	1	Лекция: Основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики.Классификация экономических дисциплин. Место курса в системе экономических дисциплин. Объект, предмет, задачи и содержание курса «Экономика организации». Внешняя среда деятельности организации и ее основные элементы. Разделение труда и сферы деятельности организаций. Понятие отраслевой структуры и показатели, применяемые для ее оценки.	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	2	Лекция: Понятие предпринимательской деятельности и предприятия в Гражданском кодексе Российской Федерации. Право и формы собственности предприятий. Понятие и признаки юридического лица. Коммерческие и некоммерческие организации. Организационно-правовые формы коммерческих организаций (предприятий). Практикум: Решение задач	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	3	Лекция: Характеристика производственного процесса. Производственная структура организации. Формы организации производства. Производственный цикл. Сущность и этапы технической подготовки производственного процесса.	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	Лабораторное занятие:		1	
	4	№ 1: Построение организационной структуры управления организацией в форме практической подготовки	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Подготовка реферата. 2. Подготовка доклада.			18	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1 Понятие «предприятие» (6). 2.1 Планирование предприятия (6). 2.2 Управление организацией (6)				

Раздел 2. Материально-техническая база организации			11	
Тема 2.1. Основной капитал и его роль в производстве. Оборотный капитал	Содержание учебного материала		2	
	5	<i>Лекция: Понятие, состав и структура основных средств.</i> Износ и амортизация основных средств. Показатели эффективности использования основных средств. Нематериальные активы.	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	6	<i>Лекция: Оборотные средства:</i> понятие, состав, структура, источники формирования. Показатели эффективности использования оборотных средств. Пути ускорения оборачиваемости	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
Тема 2.2. Капитальные вложения и их эффективность	Содержание учебного материала		2	
	7-8	<i>Лекция: Пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.</i> Капитальные вложения и их эффективность.	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	Лабораторное занятие		6	
	9-10	№ 2: Расчет стоимости основных фондов. <i>в форме практической подготовки</i>	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	11-12	№ 3: Расчет суммы амортизационных отчислений. <i>в форме практической подготовки</i>	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	13	№ 4: Расчет оборотных средств. <i>в форме практической подготовки</i>	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	14	№ 5: Оценка Эффективности использования оборотных средств. <i>в форме практической подготовки</i>	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	Контрольная работа		1	
	15	№1: в форме тестирования на тему «Кадры и оплата труда в организации»	1	
Раздел 3. Кадры и оплата труда в организации			11	
Тема 3.1. Кадры организации и производительность труда	Содержание учебного материала		4	
	16-17	<i>Лекция: Планирование и подбор кадров.</i> Движение кадров. Организация и нормирование труда. <i>Практикум:</i> решение задач	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	18-19	<i>Лекция: Производительность труда и ее влияние на сроки исполнения заказа.</i> Персонал рекламного агентства.	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2

				У1, У2, 31-33
Тема 3.2. Организация оплаты труда	Содержание учебного материала		2	
	20	Лекция: Пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Сущность и принципы оплаты труда. Бестарифная система оплаты труда.	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	21	Лекция: Тарифная система и её элементы. Практикум: решение задач.	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	Лабораторное занятие		4	
	22	№ 6: Расчет численности персонала. <i>в форме практической подготовки</i>	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	23	№ 7: Расчет трудоемкости рекламных проектов. <i>в форме практической подготовки</i>	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	24-25	№ 8: Расчет заработной платы всех категорий работников. <i>в форме практической подготовки</i>	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	Контрольная работа		1	
26	№ 2: в форме тестирования на тему: «Кадры и оплата труда в организации»	1		
Раздел 4 Организация рекламной деятельности			9	
Тема 4.1. Организация взаимодействия участников рекламной деятельности	Содержание учебного материала		2	
	27-28	Лекция: Рекламная деятельность рекламоателя. Роль рекламного агентства в рекламной деятельности. Организация рекламной деятельности СМИ.	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	Лабораторное занятие		2	
	29-30	№ 9: Проведение деловой игры: «Организация взаимодействия участников рекламной деятельности» <i>в форме практической подготовки</i>	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
Тема 4.2 Организация рекламных кампаний	Содержание учебного материала		2	
	31	Лекция: Понятие рекламной кампании. Классификация рекламных кампаний.	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33

	32	<i>Лекция:</i> Последовательность проведения рекламных кампаний.	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	Лабораторное занятие		3	
	33-34	№ 10: Организация рекламной кампании издания <i>в форме практической подготовки</i>	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	35	№ 11: Оформление договоров. <i>в форме практической подготовки</i>	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
Раздел 5. Показатели деятельности организации			26	
Тема 5.1. Издержки производства	Содержание учебного материала		2	
	36	<i>Лекция:</i> Состав издержек производства и реализации рекламной продукции.	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	37	<i>Лекция:</i> Классификация производственных затрат. Смета затрат и методика ее составления. Калькуляция себестоимости. Решение задач.	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	Лабораторное занятие		4	
	38-39	№ 12: Расчет себестоимости рекламной кампании. <i>в форме практической подготовки</i>	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	40-41	№ 13: Определение структуры издержек. <i>в форме практической подготовки</i>	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
Тема 5.2. Цена и ценообразование	Содержание учебного материала		2	
	42	<i>Лекция:</i> Цена и ее функции. Состав и структура цен на рекламную продукцию.	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	43	<i>Лекция:</i> Методика установления цен. Ценовая политика предприятия.	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	Лабораторное занятие		4	
	44-45	№ 14: Расчет стоимости разработки себестоимости изготовления изделия.	2	ОК 1-11,

		<i>в форме практической подготовки</i>		ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	46-47	№ 15: Обоснование метода ценообразования; расчет цены рекламного проекта. <i>в форме практической подготовки</i>	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
Тема 5.3 Техничко-экономические показатели деятельности фирмы.	Содержание учебного материала		4	
	48-49	<i>Лекция: Понятие прибыли и рентабельности.</i> Порядок формирования прибыли.	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	50-51	<i>Лекция: Показатели рентабельности.</i> Финансовые ресурсы организации.	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	Лабораторное занятие		4	
	52-53	№ 16: Расчет прибыли рекламного проекта. <i>в форме практической подготовки</i>	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	54-55	№ 17: Определение рентабельности рекламного проекта <i>в форме практической подготовки</i>	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
Тема 5.4 Налогообложение в рекламной сфере	Содержание учебного материала		4	
	56-57	<i>Лекция: Основные системы налогообложения России:</i> федеральные, региональные и местные налоги. Понятие налогооблагаемой базы, схемы начисления налогов, системы льгот.	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	58-59	<i>Лекция: Налогообложение предприятий торговли:</i> действующее законодательство. Налог на добавленную стоимость, прибыль. Налог с продаж. Налог на имущество. Налог на рекламу. Особенности налогообложения малого бизнеса.	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	Лабораторное занятие		2	
	60-61	№ 18: Расчет налога на рекламу. <i>в форме практической подготовки</i>	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
Раздел 6. Планирование деятельности организации			9+вср18	
Тема 6.1 Сущность и методы	Содержание учебного материала		2	
	62	<i>Лекция: Основные понятия:</i> цена, оптовая, отпускная, розничная.	1	ОК 1-11,

планирования		Классификация цен на товары и услуги. Принципы ценообразования. Ценовая политика организации. Механизм ценообразования.		ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	63	Лекция: Торговая наценка и ее влияние на установление розничной цены. Особенности ценообразования в условиях рынка.	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	Лабораторное занятие		6	
	64	№ 19: Разработка опросного листа для составления плана рекламной кампании. <i>в форме практической подготовки</i>	1	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	65-66	№ 20: Составление плана рекламной кампании. <i>в форме практической подготовки</i>	2	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	67-69	№ 21: Разработка бизнес-плана рекламного агентства. <i>в форме практической подготовки</i>	3	ОК 1-11, ПК 2.1-2.4, 3.2 У1, У2, 31-33
	Контрольная работа		1	
	70	№ 3: в форме тестирования на тему: «Внеэкономическая деятельность экономического субъекта»	1	
Внеаудиторная самостоятельная работа 1. Работа с конспектом. 2. Составление плана и схемы конспекта. 3. Подбор и анализ информации в материалах Интернет-ресурсов, учебной литературы . 4. Подготовка сообщения.			18	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1 Основной капитал и его роль в производстве (3). 2.1 Издержки производства (3). 3.1 Цена и ценообразование (4). 4.1 Проблемы дифференциации оплаты труда в России, об особенностях оплаты труда в рекламных предприятиях, о применении бестарифной системы (4). 4.2 Налогообложение в рекламной сфере (4).				
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета			2	
Всего:			108	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие

- учебного кабинета «Экономики и менеджмента»
- лаборатории и мастерской по направлению «Реклама».

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся (25);
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации.

Оборудование лаборатории «Реклама»:

- рабочее место обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- ширмы – перегородки;
- мебель для рисования и экспозиции;
- набор для рисования;
- МФУ;
- маркерная учебная доска.

Оборудование мастерской «Реклама»:

- рабочее место обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- базовый набор фотостудии и видеостудии;
- компьютер, 3D принтер, многофункциональное устройство;
- прибор для художественной резки пенопласта, пластика;
- оборудование для изготовления рекламной и сувенирной продукции;
- мебель производственная;
- МФУ;
- маркерная учебная доска.

Технические средства обучения:

- стационарные компьютеры и ноутбук с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиа – проектор;
- экран.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Учебники и учебные пособия

1. Ким, И. А. Основы экономической теории : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Ким. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 328 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04602-1

Дополнительные источники:

1. Бардовский, В. П. Экономическая теория : учебник / В. П. Бардовский, О. В. Рудакова, Е. М. Самородова. — Москва : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2019. — 399 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0879-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/101644>

2. Лобачева, Е.Н. Основы экономической теории: учебник для среднего профессионального образования / Е. Н. [и др.] ; под редакцией Е. Н. Лобачевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 539 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10699-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451249>

3. Слагода, В. Г. Основы экономической теории : учебник / В.Г. Слагода. — 3-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 269 с. — (Среднее профессиональное образование).

- ISBN 978-5-00091-091-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1164594>

4. Слагода, В. Г. Экономическая теория: Рабочая тетрадь / Слагода В.Г., - 5-е изд., испр. и доп. - Москва :Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 176 с. (СПО) (Обложка. КБС)ISBN 978-5-91134-834-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1030234>

5. Тальнишних, Т. Г. Экономическая теория: Учебное пособие / Т.Г. Тальнишних. - 5-е изд., испр. и доп. - Москва : НИЦ ИНФРА-М: Академцентр, 2014. - 320 с. (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-16-009886-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/460753>

Периодические издания:

1. «PRO Бизнес»,
2. «Бизнес»,
3. «Ваши личные финансы».

Электронные издания:

<http://www.businesslearning.ru/> «Секрет фирмы»,

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь: У1: определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; У2: разрабатывать бизнес-план организации. Знать: З1: экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; З2: основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики; З3: пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.	Владеет знаниями о экономическом механизме и экономических показателях деятельности рекламной организации. Демонстрирует основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики. Владеет передовыми путями эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Рассчитывает основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации. Разрабатывает бизнес-план организации	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на лабораторных и теоретических занятиях, при проведении: - устных опросов - контрольных работ №1-3; тестирования; - лабораторных занятий № 1-21; - оценка решения ситуационных задач; - дифференцированного зачета по учебной дисциплине.

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля производится в соответствии с универсальной шкалой.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
85 ÷ 100	5	отлично
70 ÷ 84	4	хорошо
50 ÷ 69	3	удовлетворительно
менее 50	2	неудовлетворительно

На этапе промежуточной аттестации по медиане качественных оценок индивидуальных образовательных достижений определяется преподавателем интегральная оценка освоенных обучающимися знаний, умений, профессиональных и общих компетенций как результатов освоения учебной дисциплины.