



Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования  
«Новосибирский городской открытый колледж»  
(АНО СПО «Новоколледж»)

Рассмотрено и принято  
на заседании Педагогического совета  
АНО СПО «Новоколледж»  
протокол № 1  
от «23» августа 2021 г.



Директор АНО СПО «Новоколледж»  
Чернышов  
23 августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ОП.04 Экономика организации

специальности  
42.02.01 Реклама

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта 42.02.01 Реклама и примерной основной образовательной программы по специальности 42.02.01 «Реклама»

Организация-разработчик: АНО СПО «Новоколледж»

## **СОДЕРЖАНИЕ**

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	4
<b>2. СТРУКТУРА И РАБОЧЕЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	6
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	20
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	21

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## ОП 04. Экономика организации

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) АНО СПО «Новоколледж» в соответствии с ФГОС СПО специальностям СПО, входящим в состав укрупненной группы укрупненной группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело по направлению подготовки 42.02. 01 Реклама.

### 1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Учебная дисциплина входит в профессиональный цикл общепрофессиональных дисциплин ППССЗ.

Дисциплина «Экономика организации» имеет междисциплинарные связи с другими дисциплинами ОПОП: «Математика», «Информатика»

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации;
- разрабатывать бизнес-план организации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Результатом освоения учебной дисциплины является овладение обучающимися общими компетенциями (ОК) включающими в себя способность:

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.

- профессиональными компетенциями (ПК) включающими в себя способность:

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

ПК 3.2. Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта.

#### **1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки - 112 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки - 80 часов;

самостоятельной работы - 32 часа.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### ОП. 04 Экономика организации

#### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>112</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>80</b>
в том числе:	
лекции	28
практические занятия	52
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>32</b>
<b>Промежуточная аттестация в форме экзамена</b>	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Организация (предприятие) в условиях рынка</b>		<b>17</b>	
<b>Тема 1.1. Организация-основное звено экономики</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Предпринимательская деятельность: сущность, виды. Организация: понятие, классификация; особенности функционирования. Формы предпринимательской деятельности. Рекламное агентство, особенности функционирования. Роль рекламного агентства в организации рекламной деятельности.	<b>2</b>	<b>2</b>
	<b>Лабораторная работа</b> - не предусмотрено		
	<b>Практические занятия</b> №1. Виды предпринимательской деятельности; №2. Внешняя и внутренняя среда организации	<b>2</b> <b>2</b>	
	<b>Контрольная работа</b> - не предусмотрено		
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	<b>1</b>	
<b>Тема 1.2. Организация производственного процесса</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Характеристика производственного процесса. Производственная структура организации. Формы организации производства. Производственный цикл. Сущность и этапы технической подготовки производственного процесса.	<b>2</b>	<b>2</b>
	<b>Лабораторная работа</b> - не предусмотрено	-	
	<b>Практические занятия</b> №3. Построение организационной структуры управления организацией №4. Оценка производственных показателей в динамике	<b>2</b> <b>2</b>	
	<b>Контрольная работа</b> - не предусмотрено		
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> <b>Домашняя работа:</b> Разработать организационную структуру управления рекламной организации, описать ее внешнюю и внутреннюю стороны. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы, поиск информации	<b>2</b>	

<b>Раздел 2. Материально техническая база организации</b>		<b>34</b>	
<b>Тема 2.1 Основной капитал и его роль в производств</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Основной капитал организации и его роль в разработке и исполнении рекламных проектов. Производственная мощность рекламного агентства. Оценка и износ основных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов, пути их повышения.	<b>2</b>	<b>2</b>
	<b>Лабораторная работа</b> - не предусмотрено	-	
	<b>Практические занятия</b> №5. Расчет стоимости основных фондов; №6. Расчет суммы амортизационных отчислений; №7. Расчет остаточной и среднегодовой стоимости основных фондов; №8. Оценка эффективности использования основных фондов.	2 2 2 2	
	<b>Контрольная работа</b> - не предусмотрено	-	
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа.</b> Подготовка сообщения по теме: «Развитие лизинга в России». «Преимущества и недостатки лизинга». «Законодательное обеспечение лизинга в России» - поиск информации, подготовка сообщения компьютерной презентации. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	<b>3</b>	
<b>Тема 2.2 Оборотный капитал</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Состав и структура оборотного капитала. Капитальные вложения и их эффективность. Инвестиционный проект и оценка его эффективности.	<b>4</b>	<b>2</b>
	<b>Лабораторная работа</b> - не предусмотрено	-	
	<b>Практические занятия</b> №9. Расчет оборотных средств; №10. Оценка Эффективности использования оборотных средств; №11. Оценка эффективности инвестиционного проекта.	2 2 2	
	<b>Контрольная работа</b> - не предусмотрено	-	
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Подготовить сообщение об инвестиционных портфелях предприятий поиск информации, подготовка сообщения, компьютерной презентации Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	<b>3</b>	<b>2</b>
<b>Раздел 3. Кадры и оплата труда</b>		<b>16</b>	



<b>Тема 3.1. Кадры организации</b>	Планирование и подбор кадров. Движение кадров. Организация и нормирование труда. Производительность труда и ее влияние на сроки исполнения заказа. Персонал рекламного агентства Формы и системы оплаты труда. Особенности оплаты труда в рекламных агентствах. Планирование фонда оплаты труда.	<b>4</b>	2	
	<b>Лабораторная работа</b> - не предусмотрено			
	<b>Практические занятия</b> №12. Расчет численности персонала; №13. Расчет трудоемкости рекламных проектов; №14. Расчет заработной платы всех категорий работников; №15. Расчет годового фонда оплаты труда, НДФЛ. №16. Расчет годового фонда оплаты труда, ЕСН.	2 2 2 2 2		2
	<b>Контрольная работа</b> - не предусмотрено			
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Подготовить сообщения о проблемах дифференциации оплаты труда в России, об особенностях оплаты труда в рекламных предприятиях, о применении бестарифной системы, <b>подготовка реферата по теме:</b> «Мотивация труда и их виды». «Роль и значение мотивации на предприятиях». «Методы повышения творческой активности персонала». - поиск информации, подготовка реферата, компьютерной презентации. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	<b>4</b>		
<b>Раздел 4. Организация рекламной деятельности</b>		<b>17</b>		
<b>Тема 4.1. Организация взаимодействия участников рекламной деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Рекламная деятельность рекламодателя. Роль рекламного агентства в рекламной деятельности. Организация рекламной деятельности СМИ.	<b>2</b>		
	<b>Лабораторная работа</b> - не предусмотрено			
	<b>Практические занятия</b> № 17. Проведение деловой игры: «Организация взаимодействия участников рекламной деятельности»	<b>2</b>		
	<b>Контрольная работа</b> - не предусмотрено			
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	<b>1</b>		

<b>Тема 4.2 Организация рекламных кампаний.</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие рекламной кампании. Классификация рекламных кампаний. Последовательность проведения рекламных кампаний.	<b>2</b>	
	<b>Лабораторная работа</b> - не предусмотрено	-	
	<b>Практические занятия</b> № 18 Организация рекламной кампании издания № 19 Оформление договоров	2 2	
	<b>Контрольная работа</b> – не предусмотрено	-	
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Подготовка сообщений об особенностях организации рекламной деятельности, о последовательности проведения рекламных кампаний поиск информации, подготовка сообщения, компьютерной презентации. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	4	
<b>Раздел 5. Показатели деятельности организации</b>		<b>63</b>	
<b>Тема 5.1. Издержки производства</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Состав издержек производства и реализации рекламной продукции. Классификация производственных затрат. Смета затрат и методика ее составления. Калькуляция себестоимости.	<b>2</b>	2
	<b>Лабораторная работа</b> - не предусмотрено		
	<b>Практические занятия</b> №20 Расчет себестоимости рекламной кампании №21 Определение структуры издержек №22 Анализ структуры издержек обращения	2 2 2	
	<b>Контрольная работа</b> - не предусмотрено		
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа.</b> подготовка сообщения по теме: «Издержки обращения на предприятии». «Пути снижения издержек обращения». «Вторичная переработка отходов» - поиск информации, подготовка сообщения компьютерной презентации. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	3	
<b>Тема 5.2. Цена и ценообразование</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Цена и ее функции. Состав и структура цен на рекламную продукцию. Методика установления цен. Ценовая политика предприятия.	<b>4</b>	2
	<b>Лабораторная работа</b> - не предусмотрено		
	<b>Практические занятия:</b> №23. Расчет стоимости разработки себестоимости изготовления изделия	2	

	№24. Обоснование метода ценообразования; расчет цены рекламного проекта	2	
	<b>Контрольная работа</b> - не предусмотрено		
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа.</b> Подготовка реферата «Роль и функции цены в современной рыночной экономике». «Скидки и наценки в структуре цены». «Государственная политика в области ценообразования и основные методы регулирования величины стоимости цены на основные виды продукции и услуги» «Налоговая система, ее роль в экономической политике государства и влияние на ценообразование в обществе». «Особенности налогообложения малого бизнеса». «Формы и виды ответственности». - поиск информации, подготовка реферата, компьютерной презентации. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	4	
<b>Тема 5.3</b> Техничко-экономические показатели деятельности фирмы.	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие прибыли и рентабельности. Порядок формирования прибыли. Показатели рентабельности. Финансовые ресурсы организации.	4	2
	<b>Лабораторная работа</b> - не предусмотрено		
	<b>Практические занятия:</b> №25 Расчет прибыли рекламного проекта	2	
	№26 Расчет прибыли с продажи рекламной площади	2	
	№27 Расчет прибыли с продажи рекламной площади	2	
	№28 Определение рентабельности рекламного проекта	2	
	<b>Контрольная работа</b> - не предусмотрено		
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Подготовка докладов и презентации в электронном виде о формировании ценовой политики в рекламных агентствах, о факторах, влияющих на повышение уровня рентабельности Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	2	
<b>Тема 5.4</b> Налогообложение в рекламной сфере	<b>Содержание учебного материала</b> Основные системы налогообложения России- федеральные, региональные и местные налоги. Понятие налогооблагаемой базы, схемы начисления налогов, системы льгот. Налогообложение предприятий торговли- действующее законодательство. Налог на добавленную стоимость, прибыль. Налог с продаж. Налог на имущество. Налог на рекламу. Особенности налогообложения малого бизнеса.	4	
	<b>Практические занятия:</b> №29/30 Расчет налога на рекламу	4	

	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Изучить Особенности налогообложения малого бизнеса. Формы и виды ответственности. Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы, поиск информации	2	
<b>Раздел 6. Планирование деятельности организации</b>		<b>30</b>	
<b>Тема 6.1</b> Сущность и методы планирования	<b>Содержание учебного материала</b> Основные понятия: цена, оптовая, отпускная, розничная. Классификация цен на товары и услуги. Принципы ценообразования. Ценовая политика организации. Механизм ценообразования. Торговая наценка и ее влияние на установление розничной цены. Особенности ценообразования в условиях рынка.	4	2
	<b>Лабораторная работа</b> - не предусмотрено	-	
	<b>Практические занятия:</b> №31. Разработка опросного листа для составления плана рекламной кампании №32. Составление плана рекламной кампании №33. Разработка бизнес-плана рекламного агентства №34. Разработка бизнес-плана рекламного агентства №35. Разработка бизнес-плана рекламного агентства №36. Подготовка презентации бизнес-плана рекламного агентства	18	
	<b>Защита бизнес-плана</b>		
	<b>Контрольная работа</b> - не предусмотрено	-	
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа</b> Разработка схемы составления бизнес-плана рекламного агентства, краткое изложение содержания разделов бизнес-плана, подготовка презентации в электронном виде Работа по конспекту, изучение дополнительной литературы	3	
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>		<b>32</b>	
<b>Промежуточная аттестация в форме экзамена</b>			
<b>Всего</b>		<b>112</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП. 04 Экономика организации**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «Экономика организации».

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Экономика организации»:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- доска классная;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно – методической документации;
- комплект учебно-наглядных пособий по предмету «Экономика организации»;
- сборники тестовых заданий;
- сборники задач;
- учебная литература.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиа проектор.

#### **3.2 Информационное обеспечение обучения**

##### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

1. Сергеев, И. В. Экономика организации (предприятия): учебник и практикум для СПО / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова. — 6-е изд., пер. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018

— 511 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10193-5. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/6BC484BA-0580-41F2-813E-45BA40BB7F49/ekonomika-organizacii-predpriyatiya](http://www.biblio-online.ru/book/6BC484BA-0580-41F2-813E-45BA40BB7F49/ekonomika-organizacii-predpriyatiya)

2. Ключкова, Е. Н. Экономика организации: учебник для СПО / Е. Н. Ключкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова; под ред. Е. Н. Ключковой. — М.: Издательство Юрайт, 2018 — 447 с.— (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05999-1. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/D771C468-012A-4B87-992C-9CC7D6216A51/ekonomika-organizacii](http://www.biblio-online.ru/book/D771C468-012A-4B87-992C-9CC7D6216A51/ekonomika-organizacii)

3. Экономика организации: учебник и практикум для СПО / А. В. Колышкин [и др.]; под ред. А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. — М.: Издательство Юрайт, 2018 — 498 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06278-6. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/8278AE3F-7F45-4EE6-810C-B9638356987D/ekonomika-organizacii](http://www.biblio-online.ru/book/8278AE3F-7F45-4EE6-810C-B9638356987D/ekonomika-organizacii)

Дополнительные источники:

1. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие для ссузов / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов, В. А. Кузьменко; В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. - 7-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2013 - 408 с. - (Среднее профессиональное образование)

Интернет-ресурсы:

1. Электронный ресурс «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». Форма доступа: <http://window.edu.ru>
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов: <http://schoolcollection.edu.ru/>
- 3 Каталог учебников, оборудования, электронных ресурсов: <http://ndce.edu.ru>
4. <http://www.iprbookshop.ru/14305>

### **3.3. Специальные условия для получения профессионального образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья**

Реализация программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в смешанной группе с использованием мультимедийного проектора, специального программного обеспечения.

Для самостоятельной работы студентам предлагаются учебные и лекционные материалы в электронном виде с альтернативными форматами (крупный шрифт, аудиозаписи и пр.).

Студенту по запросу обеспечивается индивидуальный режим работы на занятии (дополнительные перерывы, изменение темпа работы и пр.). По запросу составляется индивидуальный план освоения образовательной программы.

## **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИН ОП.04. Экономика организации**

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины «Экономика организации» осуществляется в процессе проведения фронтального опроса, практических занятий и тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<i>1</i>	<i>2</i>
<b>Умения:</b>	

<p>-определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации;</p> <p>-разрабатывать бизнес-план организации.</p> <p><b>Знания:</b></p> <p>-экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</p> <p>-основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;</p> <p>-пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.</p>	<p>Практическая работа;</p> <p>экспертная оценка практической работы;</p> <p>экспертная оценка самостоятельной работы.</p> <p>Тестирование;</p> <p>контрольная работа;</p> <p>внеаудиторная самостоятельная работа;</p> <p>устный и письменный опрос; экзамен;</p> <p>экспертная оценка внеаудиторной самостоятельной работы</p>
---	--