

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

ОП.10

Экономика организации

Учебный план: №26-02-1-5

Код, наименование специальности, направленность: 42.02.01 Реклама, Планирование рекламных кампаний и продвижение средствами цифровых технологий

Квалификация выпускника: Специалист по рекламе

Уровень образования: Среднее профессиональное образование

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Трудоемкость учебной дисциплины	92	
	Из них аудиторной нагрузки	84	
	Лекции, уроки	44	
	Практические занятия	40	
	Консультации		
	Промежуточная аттестация		
	Курсовой проект (работа)		
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Самостоятельная работа	8	
	Экзамен		
	Зачет с оценкой	5	
	Контрольная работа	6	
	Курсовой проект (работа)		

**Санкт-Петербург
2026**

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии
с федеральным государственным образовательным стандартом
среднего профессионального образования по специальности
42.02.01 Реклама, утвержденным приказом
Минпросвещения России от **21.07.2023 N 552**

Составитель(и): Трофимова Л.В.
(Ф.И.О.)

Председатель цикловой
комиссии: Трофимова Л.В.
(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Леонов С.А.
(Ф.И.О.)

Методический отдел: Ястребова С.А.
(Ф.И.О. сотрудника отдела)

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части общепрофессионального цикла образовательной программы (ОП).

Дисциплина обеспечивает формирование общих компетенций (ОК).

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающегося следующих компетенций на базе полученных знаний и умений

Код и формулировка ОК, ПК	Знания	Умения
ОК 02 «Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности»	принципы обеспечения устойчивости объектов экономики; номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности	определять основные технико-экономические показатели деятельности организации; производить расчет показателей использования и эффективности использования основных средств
ОК 03 «Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях»	сущность и виды предпринимательской деятельности; понятие, классификацию, особенности функционирования организаций; состав и структуру оборотного капитала организации; капитальные вложения и их эффективность; особенности оплаты труда в организациях различного профиля; ключевые моменты организации, особенности нормирования и производительность труда; этапы и виды внутрифирменного планирования, основные принципы и элементы планирования; систему экономических показателей и порядок их расчета; ресурсы хозяйствующих субъектов и эффективность их использования; издержки и финансовые результаты деятельности организации	планировать деятельность организации; оценивать производственные показатели в динамике; рассчитывать среднегодовую стоимость и показатели использования основных фондов; рассчитывать показатели эффективного использования оборотных средств; проводить расчеты систем экономических показателей применительно к каждому проекту; определять показатели основного капитала; рассчитывать амортизационные отчисления различными способами; планировать деятельность хозяйствующего субъекта; планировать и подбирать кадры; регулировать движение кадров; планировать фонд оплаты труда; рассчитывать среднесписочную и плановую численность работающих в организации; рассчитывать заработную плату всех категорий работающих

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

2.1. Тематический план и содержание дисциплины:

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
1	2	3
Тема 1. Введение	Содержание учебного материала	2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
	Содержание и структура дисциплины. Связь с другими дисциплинами учебного плана. Сферы материального и нематериального производства. Отраслевое деление экономики. Формы организации производства	2
Тема № 2. Предприятие (организация) – основное звено экономики	Содержание учебного материала	4
	Понятие предприятия, его основные признаки. Классификация предприятий по формам собственности, отраслевому признаку, размеру, видам производимой продукции	2
	Организационно-правовые формы предприятий. Порядок учреждения и ликвидации предприятий. Понятие банкротства	2
<i>Текущий контроль – устный опрос</i>		
Тема № 3. Формы и виды предпринимательства	Содержание учебного материала	2
	Понятие предпринимательства. Важнейшие черты предпринимательства	2
Тема № 4. Производственная структура предприятия	Содержание учебного материала	4
	Понятие производственной структуры. Ее основные элементы. Зависимость производственной структуры от размеров и отраслевых особенностей предприятия. Понятие цеха, производственного участка	2
	Бесцеховая структура. Рабочее место. Инфраструктура предприятия, ее составляющие. Принципы построения рациональной производственной структуры в рекламном бизнесе	2
<i>Текущий контроль – устный опрос</i>		
Тема № 5. Типы производства и организация производственного процесса	Содержание учебного материала	4
	Типы производства: единичное, серийное, массовое. Их характеристика. Понятие производственного процесса. Виды производственных процессов. Их составляющие	2
	Производственный цикл. Технологический цикл. Длительность производственного цикла. Факторы, влияющие на длительность производственного цикла изготовления рекламы. Принципы и методы организации производственного процесса	2
Тема № 6. Материально-техническая база предприятия	Содержание учебного материала	14
	Понятие основного капитала, его структура. Основные фонды. Основные производственные фонды рекламного предприятия, их признаки; активная и пассивная части	2
	Состав и структура оборотных средств. Оборотные фонды. Фонды обращения. Производственные запасы. Незавершенное производство. Кругооборот оборотных средств	2
	В том числе, практических занятий	10
	Практическое занятие № 1. Решение задач «Оценка и учёт основных фондов»	2
	Практическое занятие № 2. Решение задач «Износ. Амортизация. Модернизация»	2
	Практическое занятие № 3. Решение задач «Переоценка основных фондов»	2
	Практическое занятие № 4. Решение задач «Показатели использования основных фондов»	2
	Практическое занятие № 5. Решение задач «Показатели оборачиваемости. Нормирование оборотных средств»	2
<i>Текущий контроль – устный опрос</i>		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
Тема № 7. Трудовые ресурсы организации	Содержание учебного материала	20
	Кадровая политика рекламного агентства. Понятие промышленно-производственного персонала и непромышленных подразделений	4
	Профессионально-квалификационный состав кадров рекламного предприятия	4
	Рынок труда и особенности его функционирования	2
	Мотивационная функция заработной платы. Формы и системы оплаты труда. Тарифная система, ее сущность. Понятие и структура фонда оплаты труда	4
	В том числе, практических занятий	2
	Практическое занятие № 6. Решение задач «Бюджет рабочего времени. Нормирование труда. Понятие производительности труда». Решение задач «Формы и системы оплаты труда»	2
	Самостоятельная работа обучающихся – выполнение практических заданий	4
<i>Текущий контроль – проверка выполнения домашней работы</i>		
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой		2
Всего в семестре:		48
Тема № 8. Издержки производства и себестоимость рекламной продукции	Содержание учебного материала	10
	Понятие и состав издержек производства. Издержки обращения. Виды издержек. Состав затрат, относимых на издержки производства и обращения	2
	В том числе, практических занятий	8
	Практическое занятие № 7. Решение задач «Структура себестоимости рекламной продукции»	2
	Практическое занятие № 8. Решение задач «Виды себестоимости»	2
	Практическое занятие № 9. Решение задач «Затраты на производство и реализацию продукции. Смета затрат на производство рекламной продукции (на услуги). Методика ее составления»	2
	Практическое занятие № 10. Решение задач «Калькуляция себестоимости. Номенклатура калькуляционных статей в рекламном бизнесе»	2
<i>Текущий контроль – устный опрос</i>		
Тема № 9. Ценовая политика рекламного предприятия	Содержание учебного материала	6
	Цена как важнейший рычаг экономического механизма хозяйственной политики рекламного предприятия. Суть ценовой политики, ее задачи, направление. Понятие ценовой стратегии. Основные ценовые стратегии предприятия. Методы обоснования выбора ценовой стратегии предприятия. Факторы, влияющие на формирование цены. Методы установления цены. Виды цен	2
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие № 11. Решение задач «Расчёт цены рекламного продукта»	2
	Практическое занятие № 12. Решение задач «Расчёт точки безубыточности»	2
<i>Текущий контроль – устный опрос</i>		
Тема № 10. Продукция предприятия и ее конкурентоспособность. Качество продукции	Содержание учебного материала	6
	Понятие производственной мощности рекламного предприятия. Производственная мощность предприятия; основные факторы, определяющие ее величину. Виды производственных мощностей. Показатели их использования	2
	В том числе, практических занятий	4

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
	Практическое занятие № 13. Решение задач «Оптимальный объем производства и методы его определения»	2
	Практическое занятие № 14. Решение задач «Расчёт показателей, определяющих производственную программу, валовой, товарной, реализованной и чистой продукции»	2
Текущий контроль – устный опрос		
Тема № 11. Формирование финансовых результатов деятельности рекламного агентства	Содержание учебного материала	6
	Доход предприятия, его сущность и значение. Понятие прибыли, ее функции. Финансовое обеспечение предприятия. Собственные и заемные средства. Кредиты, виды кредитов банка, особенности их получения	2
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие № 15. Решение задач «Расчёт выручки от реализации рекламной продукции»	2
	Практическое занятие № 16. Решение задач «Расчёт чистой прибыли, определение ее распределения и использования. Понятие рентабельности, ее виды»	2
Тема № 12. Оценка эффективности хозяйственной деятельности рекламного предприятия	Содержание учебного материала	4
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие № 17. Решение заданий «Понятия экономического эффекта, экономической эффективности. Система показателей, оценивающих эффективность деятельности рекламного предприятия»	2
	Практическое занятие № 18. Решение задач «Определение коэффициентов, характеризующих финансовое положение предприятия».	2
Текущий контроль – устный опрос		
Тема № 13. Планирование деятельности организации. Бизнес-план предприятия	Содержание учебного материала	4
	Понятие и сущность планирования. Рынок и план. Процесс, этапы и способы планирования. Классификация планов. Методологические основы планирования. Бизнес-план, его сущность, назначение. Цель разработки. Структура бизнес-плана предприятия	4
Тема № 14. Инновационная деятельность рекламного предприятия	Содержание учебного материала	6
	Понятие инновации. Инновационный лаг. Свойства инновации. Инновационная деятельность. Инновационные идеи. Понятие венчурной фирмы. Сущность подготовки производства, ее цели, основные стадии	2
	Самостоятельная работа обучающихся – выполнение практических заданий	4
Текущий контроль – проверка выполнения домашней работы		
Промежуточная аттестация – контрольная работа		2
Всего в семестре:		44
Всего:		92

2.2 Курсовое проектирование (не предусмотрено УП)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

3.1. Для реализации программы дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

кабинет «Экономики», включающий

стол, стул преподавательский;

стол, стулья для обучающихся (по кол-ву обучающихся в группе),
 технические средства обучения:
 компьютер с лицензионным программным обеспечением (Microsoft Windows 10 Pro; Office Standart 2016, Microsoft Office);
 мультимедийный проектор; экран;
 информационные стенды и шкафы для хранения;
 УМК и информационные материалы.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы дисциплины

3.2.1 Учебная литература

а) основная

1. Красникова, А. В. Экономика организации : практикум для СПО / А. В. Красникова, О. О. Шендрикова, И. А. Гунина. — Саратов : Профобразование, 2025. — 89 с. — ISBN 978-5-4488-2446-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/149378.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Сафонова, Л. А. Экономика предприятия : учебное пособие для СПО / Л. А. Сафонова, Т. М. Левченко. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 189 с. — ISBN 978-5-4488-1211-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139122.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
3. Экономика организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 508 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18583-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586468>

б) дополнительная

1. Экономика предприятия: теория и практика : учебное пособие для СПО / А. Е. Кисова, А. А. Шпиганович, К. В. Барсукова, И. А. Черникова. — 3-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2024. — 149 с. — ISBN 978-5-00175-294-3, 978-5-4488-2053-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139728.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Шляхтова, Л. М. Экономика организаций : практикум для СПО / Л. М. Шляхтова. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 174 с. — ISBN 978-5-4488-2550-7, 978-5-4497-4408-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/151062.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, в т. ч. электронные образовательные ресурсы

1. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.minfin.ru/ru>
2. Электронно-библиотечная система «Айбукс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibooks.ru>
3. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
4. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru>

4. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Наименование оценочных средств ПА
Отлично	Обучающийся свободно оперирует ключевыми понятиями (основные и оборотные средства, издержки, выручка, прибыль, рентабельность, точка безубыточности), понимает их взаимосвязь и может объяснить, как они работают в рекламной организации. Знает методики	практические задания, теоретические вопросы

	расчёта основных технико-экономических показателей. Правильно решает расчётные задачи (например, рассчитывает себестоимость рекламной кампании, точку безубыточности проекта, показатели эффективности использования ресурсов). Грамотно интерпретирует результаты: не просто приводит цифры, а делает экономические выводы (например, объясняет, почему выросла материалоёмкость или как оптимизировать фонд оплаты труда). Показывает, как экономические механизмы влияют на реальные задачи рекламиста: как бюджетирование и контроль издержек помогают планировать медиакампании, как анализ эффективности ресурсов влияет на выбор каналов продвижения, как ценообразование связано с позиционированием бренда. Ответы и письменные работы структурированы, терминология точна. При решении задач подробно описывает ход рассуждений, обосновывает выбранные формулы и методы	
Хорошо	Обучающийся уверенно владеет основными понятиями и методиками, но иногда допускает небольшие неточности в трактовке отдельных терминов или не сразу вспоминает нюансы конкретных формул. В целом правильно выполняет расчёты, но возможны 1–2 незначительные арифметические ошибки или неполное пояснение промежуточных шагов. Видит, как экономические показатели соотносятся с работой в рекламе, но анализ может быть менее глубоким: не всегда учитывает все факторы или второстепенные, но значимые обстоятельства. Ответы в целом логичны, терминология в основном корректна, но иногда встречаются небольшие стилистические недочёты	
Удовлетворительно	Обучающийся знает отдельные понятия и базовые формулы, но делает ошибки в их трактовке, путает смежные категории (например, постоянные и переменные издержки) или не всегда понимает сферу применения той или иной методики. При решении задач допускает существенные ошибки: неправильно выбирает формулу, подставляет неверные данные, не видит экономического смысла результата. Часто нуждается в наводящих вопросах или помощи преподавателя. С трудом показывает, как экономические знания применимы в рекламной деятельности. Примеры либо отсутствуют, либо носят поверхностный характер. Логика изложения нарушена, терминология используется неточно, возможны грубые ошибки в экономической лексике. Письменные работы оформлены небрежно	

Неудовлетворительно	Обучающийся не владеет базовыми понятиями и принципами экономики организации, не понимает сути ключевых процессов (например, как формируются издержки или как рассчитывается эффективность). Не может решить даже типовую расчётную задачу, допускает множественные грубые ошибки, которые не исправляет даже после подсказок. Не видит практического смысла экономических показателей для работы специалиста по рекламе. Ответы хаотичны, терминология отсутствует или искажена, письменные работы не соответствуют требованиям	
---------------------	--	--