**ПРОФЕСИОНАЛНА ГИМНАЗИЯ ПО СЕЛСКО СТОПАНСТВО**

гр. Нова Загора, община Нова Загора, област Сливен

# К О Н С П Е К Т

по учебен предмет **„Учебна практика: Икономика на предприятието“**

XI клас

## I. ТЕМИ

### Раздел I. Основи на икономиката на предприятието

1. Икономика на предприятието – основни положения. Икономически участници.
2. Предприятие. Фирма.
3. Предприятието и неговата обществена среда. Видове предприятия.
4. Мотиви за създаване и придобиване на предприятие.
5. Предмет на дейност.
6. Избор на местоположение и големина на предприятието.
7. Производствени фактори на предприятието. Състав и структура на капитала.
8. Състав, структура и численост на персонала. Готовност за труд.
9. Основни икономически показатели. Себестойност. Цена. Печалба.
10. Ефективност, рентабилност, производителност.
11. Предприятието и околната среда.
12. Предприятието в условията на Европейския съюз.
13. Качество и конкурентоспособност. Значение на качеството.
14. Системи за управление на качеството.
15. Фактори за повишаване на качеството и конкурентоспособността.
16. Икономическо стимулиране и заплащане на труда.
17. Принципи и насоки за усъвършенстване заплащането на труда.
18. Форми и системи на заплащане на труда.

### Раздел II. Предприятието на пазара

19. Маркетинг и маркетингови концепции. Същност, значение, място и роля на маркетинга в предприятието.
20. Основни маркетингови концепции. Стратегически и тактически маркетинг.
21. Анализ на маркетинговата обкръжаваща среда. Елементи на макрообкръжаващата среда.
22. Елементи на маркетинговата микрообкръжаваща среда.
23. SWOT анализ. Приложение на SWOT анализа.
24. Анализ на силните страни, слабите страни, възможностите и заплахите.
25. Маркетингова система. Елементи на маркетинговата система. Маркетинг-микс.
26. Продуктова и ценова политика.
27. Пласментна и комуникационна политика.
28. Проучване на пазара. Маркетингова информационна система.
29. Видове маркетингови проучвания.
30. Методи за набиране на информация. Планиране и провеждане на проучването.
31. Маркетингова стратегия. Видове стратегии.
32. Избор и разработване на маркетингова стратегия.
33. Сегментиране на пазара. Видове сегментиране. Избор на целеви пазар.
34. Пазарна ниша и пазарен прозорец. Позициониране.

35. Поведение на потребителя. Решение и процес на покупка. Поведение на предприятието като купувач.
36. Видове маркетинг според стоките и според търсенето.

## II. ПРИМЕРНИ ПРАКТИЧЕСКИ ЗАДАНИЯ

1. Определяне на вида, предмета на дейност, местоположението и големината на предприятие по описание (казус).
2. Определяне на състава и структурата на капитала и на персонала на предприятие по зададени данни.
3. Изчисляване на себестойност, цена и печалба на продукт по зададени данни.
4. Изчисляване и тълкуване на показатели за производителност, ефективност и рентабилност.
5. Изчисляване на работна заплата при различни форми и системи на заплащане на труда.
6. Разработване на SWOT анализ на предприятие по зададен казус.
7. Анализ на макро- и микрообкръжаващата среда на предприятие.
8. Разработване на маркетинг-микс (продукт, цена, пласмент, комуникация) за конкретен продукт.
9. Изготвяне на план и въпросник за маркетингово проучване.
10. Сегментиране на пазара, избор на целеви пазар и позициониране на продукт.

## III. ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Д. Дончев, Ц. Лалева, Д. Манчева – Икономика на предприятието, 10 и 11 клас. Издателство „Мартилен“.
2. А. Габровска – Икономика на предприятието. Интерактивна тетрадка. Издателство „Мартилен“.
3. Н. Щерев – Маркетинг. Издателство „Мартилен“.