

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный
университет народного хозяйства»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ПРОЕКТА
«ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
РЕСУРСОВ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ И ЛОГИСТИКИ»**

**Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело,
профиль «Цифровые технологии в торговле и логистике»**

Уровень высшего образования – бакалавриат

Формы обучения – очная, очно-заочная, заочная

Махачкала – 2023

УДК 339.138 (075.8)

ББК 65.290-2я73

Составитель – Хасбулатова Барият Меджидовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинг и коммерция».

Внутренний рецензент – Минатуллаев Арслан Айнутдинович, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Менеджмент» ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства».

Внешний рецензент – Нажмутдинова Саидат Абдулаевна, кандидат экономических наук, доцент, заместителя декана факультета управления ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет».

Представитель работодателя – Абдурашидова Аминат Магомедкамильевна, директор межрегионального маркетингового центра «Москва-Дагестан».

Методические указания по выполнению междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Цифровые технологии в торговле и логистике», разработаны в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12.08.2020 г. №963 и на основании приказа Минобрнауки России от 06.04.2021 г. №245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Методические указания по выполнению междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Цифровые технологии в торговле и логистике», размещены на сайте www.dgunh.ru

Рекомендованы к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 5 июня 2023 г.

Рекомендованы к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки Торговое дело, профиль «Цифровые технологии в торговле и логистике», Атаевой А.У.

Одобрены на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 31 мая 2023 г., протокол № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи выполнения междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики»	4
2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате выполнения междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики».....	5
3. Задания к практическим работам по выполнению междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики»	6
4. Общие положения по выполнению междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики».....	32
5. Структура, содержание и объем междисциплинарного проекта	33
6. Оформление междисциплинарного проекта	34
7. Подбор и изучение литературы	35
8. Характеристика и содержание разделов междисциплинарного проекта.....	36
9. Особенности обработки и предоставления (изложения) материала.....	38
10. Рецензирование междисциплинарного проекта.....	39
11. Защита междисциплинарного проекта.....	40
<i>Приложения</i>	<i>41</i>

1. Цели и задачи выполнения междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики»

Междисциплинарный проект «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики» является одним из способов закрепления знаний, полученных по дисциплине, путём их практического применения. Выполнение междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики» направлено на приобретение обучающимися практического опыта по систематизации полученных знаний и практических умений, более углубленному формированию профессиональных компетенций.

Целью выполнения междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики» является закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в процессе изучения основ, показателей и алгоритма анализа эффективности использования материальных, трудовых, финансовых и информационных ресурсов торговой организации, формирование у обучающихся профессиональных компетенций, самостоятельного решения профессиональных задач и развития творческих способностей обучающихся.

В процессе выполнения междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли» должны решаться следующие задачи:

- освоить понятия, характеризующие ресурсный потенциал торговой организации;
- рассмотреть составляющие элементы ресурсов торговой организации;
- изучить принципы, методы и способы оценки материальных и нематериальных активов торговой организации;
- изучить состав и систему показателей оценки эффективности использования ресурсов торговой организации;
- изучить методики оценки эффективности использования ресурсов в торговле;
- овладеть методологией анализа финансово-экономической деятельности организации и обоснования решений в сфере управления экономическими ресурсами организации;
- овладеть навыками планирования деятельности организации с учетом принятых целей и имеющихся ресурсов;
- приобрести умения применять полученные знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность.

Выполнение междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики» позволяет студенту применить полученные знания и умения при решении комплексных задач, связанных с профессиональной деятельностью будущих бакалавров.

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело междисциплинарный проект «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики» выполняется на 4 курсе, в 7 семестре.

Этапы выполнения междисциплинарного проекта:

№ п/п	<i>Наименование раздела дисциплины (темы)</i>	<i>Кол-во часов</i>
1	Подготовительный этап	<i>16</i>
2	Этап сбора данных для выполнения проекта	<i>18</i>
3	Этап анализа и обработки данных для выполнения проекта	<i>18</i>
4	Подготовка и защита междисциплинарного проекта	<i>20</i>
	<i>Итого</i>	<i>72 часа (из них 38 часов СРС)</i>

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате выполнения междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики»

Выполнение междисциплинарного проекта направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профилю «Цифровые технологии в торговле и логистике»:

Код компетенции	Формулировка / Наименование компетенции
ПК	Профессиональные компетенции
	<i>ПК-1. Способен участвовать в реализации проектов в профессиональной деятельности (организационно-управленческих; расчетно-экономических; аналитических)</i>
ИПК-1.1	Формулирует цели и задачи проекта, осуществляет разработку и реализацию проекта, представляет его результаты
ИПК-1.2	Выбирает и обосновывает методы торгово-экономического, и/или торгово-организационного, и/или торгово-технологического проектирования для реализации поставленных целей и задач
	<i>ПК-2. Способен осуществлять организацию и управление бизнесом (в том числе в электронной среде)</i>
ИПК-2.1	Применяет требования законодательства РФ, регулирующего деятельность участников взаимоотношений (в т.ч. в электронной среде)
ИПК-2.2	Проводит анализ и оценку конъюнктуры рынка (в т.ч. с учетом векторов развития электронной торговли),

	эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации в условиях применения цифровых и иных решений в бизнесе
ИПК-2.3	Использует навыки разработки и проектирования торгово-технологических процессов (в т.ч. с учетом специфики применения интернет-технологий) и выбора оптимальных инструментов ведения бизнеса в торговле
ИПК-2.4	Применяет современные технологии организации и управления торговым бизнесом

3. Задания к практическим работам по выполнению междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики»

Практическое занятие 1. Маркетинговый анализ рынка

Теоретическая часть

Рынок – это совокупность имеющихся и потенциальных покупателей товара или услуги.

Одной из основных функций маркетинга является комплексное исследование рынка, которое включает в себя определение его основных показателей, сегментацию рынка, изучение конъюнктуры.

Количественной характеристикой объема товарного рынка является показатель – емкость рынка, отражающий фактический, объем сбыта на рынке всех его участников в денежном или натуральном выражении.

Емкость рынка характеризует потенциал с точки зрения предложения.

$$E = \sum_{i=1}^n A_i$$

где E – емкость рынка,

A_i – объем продаж i–го предприятия,

n – количество предприятий.

Доля рынка отражает удельный вес, долю продаж товара фирмы на рынке (в %) и рассчитывается как отношение объема реализации (в физических единицах или денежном выражении) к потенциальной емкости рынка:

$$D_p = Q / E_p, \%$$

Задания для выполнения.

Задание 1.

1. Определите долю рынка каждого предприятия. Занимает ли какое-либо предприятие доминирующее положение?

Таблица 1 – Улов рыбодобывающих предприятий

Предприятие	Улов, т
Предприятие 1	22539,0
Предприятие 2	23312,0
Предприятие 3	220736,0
Предприятие 4	236629,0
Предприятие 5	478074,0
Предприятие 6	5765,0
Предприятие 7	34800,2
Предприятие 8	6390,5
Предприятие 9	8024,0
Предприятие 10	169750,0
Предприятие 11	286998,0
Предприятие 12	9513,0
Предприятие 13	396,6
Предприятие 14	12527,66
Итого:	1515455,96

Задание 2.

Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка.

В первом сегменте объем продаж в прошлом году составил 8 млн. шт. при емкости 24 млн. ед. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы на – 5%.

Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж – 5 млн. ед. 5%. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14%, при сохранении доли фирмы в этом сегменте.

В третьем сегменте емкость рынка – 45 млн. ед., доля фирмы 18 %.

Изменений не предвидится. Определите объем продаж фирмы в настоящем году при вышеуказанных условиях.

Задание 3.

В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 14 до 18% при емкости рынка 52 млн. штук продукта. Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если на одно изделие составляет 1400 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 65 млн. руб.

Задание 4.

В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 10 до 12% при емкости рынка 175 млн. штук продукта. Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если на одно изделие составляет 98 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 182 млн. руб.

Задание 5.

Торговая фирма закупает товар по цене 170 руб. за единицу и продает в количестве 200 шт. этого товара еженедельно по цене 250 руб. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цену на 10%. Рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне?

Задание 6.

Торговая фирма закупает товар по цене 195 руб. за единицу и продает в количестве 1700 ед. этого товара еженедельно по цене 235 руб. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цену на 5%. Рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне?

Вопросы к практическому занятию:

1. Рынок, его основные характеристики.
2. Классификация рынков.
3. Маркетинговый анализ рынка.

Практическое занятие 2.

Анализ методов ценообразования

Теоретический материал

Важность ценовых решений заключается в следующем. Установленная цена выполняет ряд функций:

- Влияет на уровень спроса и определяет уровень активности. Слишком высокая или слишком низкая цена может поставить под угрозу развитие товара. Таким образом, огромное значение имеет измерение чувствительности к цене.

- определяет прибыльность деятельности, и дело тут не только в уровне прибыльности, но и в количестве реализуемой продукции, что является одним из условий покрытия постоянных затрат в течение определенного периода. В итоге небольшое изменение цены может серьезно повлиять на прибыльность.

- воздействует на общее восприятие товара или торговой марки и является одним из факторов, определяющих позиционирование бренда в глазах потенциальных покупателей. Цена неизбежно связана с представлением о качестве, а потому является компонентом имиджа торговой марки.

- Позволяет непосредственно сравнивать конкурирующие товары или марки.

Цена — один из наиболее очевидных элементов, малейшее ее изменение тут же вызывает реакцию рынка и может привести к дисбалансу рыночных сил.

Ценовая стратегия должна соответствовать остальным компонентам комплекса маркетинга. Цена должна обеспечивать финансирование продвижения продукции. Позиция высокого качества и высокой цены должна находить отражение в упаковке товара; ценовая стратегия должна учитывать стратегию распределения и обеспечивать необходимую торговую наценку, что требуется для достижения целей охвата рынка.

Цена отражает полезные свойства товаров для потребителей. Общая величина полезности товара равна сумме родовой и добавленной полезности.

По родовой полезности товары сопоставимы между собой (функциональная полезность обуви, телевизора и т.п. идентична предложениям конкурентов). Потребитель может выбрать любой товар, руководствуясь в основном собственными затратами. Если же предприятие придает своей продукции дополнительную инструментальную или эмоциональную полезность, то привлекательность ее существенно возрастает.

Задания для выполнения.

Задание 1.

Ваша консалтинговая группа направлена на предприятие, специализирующееся на производстве офисного оборудования. Компания включает в себя пять стратегических бизнес-единиц (таблица 1).

Таблица 1 – Информация о рынке офисного оборудования

СБЕ	Объем продаж, млн.	Емкость рынка, млн. \$	Объем продаж наиболее крупного конкурента, млн. \$	Темпы роста рынка, %
А	0,5	8	0,7	15
Б	1,6	22	1,6	18
В	1,8	14	1,2	7
Г	3,2	5	2,5	4
Д	0,5	10	0,8	4

Используя метод анализа БКГ, определите относительную долю рынка каждой СБЕ компании и сформулируйте вывод о степени сбалансированности продуктового портфеля компании. Предложите свои рекомендации относительно будущих стратегий. Какую информацию для принятия решений вы бы затребовали дополнительно?

Задание 2.

Небольшое предприятие занимается пошивом швейных изделий (игрушек) и продает их по цене 100 руб. за штуку. Ежемесячно реализуется 10 тыс. изделий, однако мощности предприятия загружены не полностью и объем производства может быть увеличен до 15 тыс. игрушек в месяц. Данные о затратах на одно изделие представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Данные о затратах на одно изделие

Статьи затрат	Суммы, руб.
Прямые материальные затраты на одно изделие	30
Прямая заработная плата	10
Итого переменных (прямых) затрат	40
Постоянные (косвенные) расходы	40
Итого	80

Предприятию предлагают заключить договор на производство дополнительной партии в 3 тыс. изделий, но по цене 75 руб. за штуку. Стоит ли руководству предприятия

принять подобное предложение? Чему будет равен маржинальный доход (выручка — переменные расходы), если предприятие заключит договор?

Задание 3.

В таблице 3 представлена информация о деятельности организации, занимающейся пошивом концертных костюмов. Удельные переменные производственные затраты на одно изделие составляют 150569 руб. За год было продано 64 изделия, совокупные переменные издержки составили 9636416 руб. Совокупные постоянные расходы организации за год составили 1101408 руб. Предприятию установлен план по прибыли 1 127970 руб. Необходимо рассчитать цену изделия на основе метода переменных затрат, валовой прибыли, методом рентабельности продаж и методом рентабельности активов.

Таблица 3 - Информация о деятельности организации

Желаемая величина прибыли, руб.	Суммарные постоянные расходы, руб.	Переменные расходы на единицу, руб.	Количество реализованных единиц, шт.	Суммарные переменные издержки, руб.
1 127 970	1 101 408	150 569	64	9 636 416

Задание 4.

Рассчитать цену на основе валовой прибыли, используя данные таблицы 3.

Задание 5.

Требуется рассчитать цену одного изделия методом рентабельности продаж. Данные для расчета возьмите из таблицы 3.

Задание 6.

Сумма задействованных активов складывается из стоимости внеоборотных активов и средних остатков оборотных активов. По данным бухгалтерского учета на 1 января их стоимость составила 8696694 руб. и 4716000 руб. Таким образом, общая сумма задействованных активов была равна 13412 694 руб. Предприятие при проведении сделок применяет минимальную норму рентабельности активов 8,5%. Рассчитать цену на основе рентабельности активов. Для анализа обобщить все полученные результаты в таблице 4.

Таблица 4 - Сводные данные расчета цены разными методами

Метод ценообразования	Процент наценки или рентабельности активов	Планируемая цена, руб.
Переменных затрат		
Валовой прибыли		
Рентабельности продаж		
Рентабельности активов		

Вопросы к практическому занятию:

1. Метод ценообразования на основе переменных затрат
2. Метод ценообразования на основе валовой прибыли
3. Метод ценообразования на основе рентабельности продаж
4. Метод ценообразования на основе рентабельности активов

Практическое занятие 3.

Анализ зависимости ценовых решений от временного периода

Теоретическая часть

Результаты оперативного анализа, а, следовательно, и принимаемые на их основе управленческие решения зависят от выбранного временного периода планирования (масштабной базы). Изменение масштабной базы требует от анализа проведения новых расчетов, что не может не повлиять на управленческие решения менеджеров, и в первую очередь на ценовые решения.

Задания для выполнения.

Задание 1.

Основным видом деятельности ООО «Маршрут» является перевозка жителей города М автобусами «ПАЗ». Стоимость одного такого автобуса 215 тыс. руб., и рассчитан он на пробег 200 тыс. км. Расход топлива — 30 л на 100 км пробега, стоимость топлива — 25 руб./л. Через 60 тыс. км пробега необходима замена колес (6 колес по 1000 руб.), а через 100 тыс. км пробега — замена двигателя (его стоимость 15 тыс. руб.). Допустим, что никаких других эксплуатационных расходов ООО «Маршрут» не несет. Вместимость автобуса — 25 пассажиров, в среднем на каждого пассажира приходится 10 км пути. Перед администрацией предприятия стоит задача рассчитать долгосрочный нижний предел цены одного билета при различных вариантах пробега автобусов:

Вариант 1. Администрация ООО «Маршрут» планирует эксплуатировать свои автобусы до тех пор, пока их пробег не составит 50 тыс. км. Требуется рассчитать долгосрочный нижний предел цены одного билета.

Вариант 2. Администрация ООО «Маршрут» ориентируется в своих расчетах на пробег автобусов в 100 тыс. км. Необходимо рассчитать минимальную стоимость одного билета

Вариант 3. Ожидаемый пробег автобуса — 200 тыс. км. Какая цена билета обеспечит безубыточную работу автотранспортного предприятия в этом случае?

Практическое занятие 4.

Анализ структуры и динамики ассортимента продукции

Теоретическая часть

Изначально ориентированный на удовлетворение самых разнообразных нужд потребителей, а также на то, чтобы превращать нужды потребителя в доходы фирмы, маркетинг может и должен быть инструментом планирования на предприятии, в том числе и ассортимента продукции, а соответствующие исследования релевантной практики необходимы для принятия решений. Маркетинговые исследования помогают предприятию решить следующие задачи:

- определить возможность массового производства товаров, обосновать ассортиментную структуру товарного портфеля;

- установить иерархию характеристик товаров или услуг, способных обеспечить их успех на рынке;

- провести анализ типологий и мотиваций имеющейся и потенциальной клиентуры;

- определить цены и оптимальные условия продажи товаров и услуг.

Целью маркетинговых исследований являются:

- изучение и установление потенциала рынка или продукта, возможного объема его продаж, условий реализации, уровней цен, способностей потенциальной клиентуры;
- исследование поведения конкурентов, направления их действий, потенциальных возможностей, стратегии формирования цен;
- исследование сбыта с определением территории, являющейся наилучшей с точки зрения продаж, объема продаж на рынке, который является наиболее эффективным.

Для определения ценовых характеристик предприятие должно иметь представление о том, на каком рынке, а, следовательно, в каких сегментах должен быть представлен товар. Исходя из этого определяются ценовые уровни; как правило, это три-пять уровней — от «суперэконом» до «премиума». Если предприятие работает в нескольких форматах, то матрица составляется исходя из максимального количества ценовых уровней, после чего ассортимент корректируется путем регулирования количества товара внутри каждого ценового диапазона. При определении ценовых уровней важной задачей является определение их не только количества, но и ценовых диапазонов. Для определения ценовых уровней существует несколько вариантов:

1. использование данных о конкурентах — как они позиционируют свой товар;
2. экспертная оценка сотрудников предприятия;
3. определение минимальной и максимальной цены на рынке на товарную позицию и разбивка по сегментам исходя из этих данных;
4. определение минимальной и максимальной цены исходя только из ассортимента, уже представленного в местах продаж.

Данные о конкурентах и экспертные оценки скорее должны использоваться для проверки уже на этапе распределения товаров по созданным уровням. Вариант 3 и 4 раз различаются объемом работы (при ориентире на рынок необходим серьезный мониторинг), количеством ценовых уровней и их наполнением. При этом на данном этапе маркетингового исследования необходимо учитывать, что ценовая база для разделения по нишам должна быть одинаковой, а также что при определении границ ценовых уровней и дальнейшем разнесении товара необходимо брать за базу оценки сопоставимые товарные единицы.

Если на предприятии будет регулярно проводиться оценка ассортимента не только внутри групп, но и в сравнении групп и подгрупп между собой, в динамике, в сравнении с общими показателями, то это поможет установить достаточно четкие и приближенные к реальностям нормативы для каждой группы в отдельности.

Задания для выполнения.

Задание 1.

Изучить ассортимент продукции исследуемого предприятия «Морозко» на основании данных о структуре производства и сбыта за три года.

Таблица 1 - Анализ структуры ассортимента продукции, производимой ООО «Морозко», за три года

Наименование продукции	За предшествующий предыдущему год,		За предыдущий год		Отчетный год	
	тыс. руб.	доля в %	тыс. руб.	доля в %	тыс. руб.	доля в %

Капуста цветная замороженная (уп. 0,4 кг)	19 348	22 341			22 987		
Овощная смесь замороженная (уп. 0,350 кг)	12 745	14 587			17 641		
Грибы замороженные (уп. 0,250 кг)	21 988	25 874			21645		
Фруктовая смесь замороженная (уп. 0,5 кг)	10 054	9353			13 574		

Задание 4.

Проанализирован ассортимент товарного портфеля с точки зрения прибыльности и доходности отдельных позиций.

Таблица 4 - Анализ прибыльности и доходности товарного портфеля ООО «Морозко» за три года

Наименование продукции	Объем сбыта, тыс. руб.	Себестоимость производства, тыс. руб.	Затраты на продвижение, тыс. руб.	Прибыль от продаж, тыс. руб.	Рентабельность продаж, %
1-й год					
Капуста цветная замороженная (уп. 0,4 кг)	19 348	7456	2487		
Овощная смесь замороженная (уп. 0,350 кг)	12 745	4540	3991		
Грибы замороженные (уп. 0,250 кг)	21 988	8759	3675		
Фруктовая смесь замороженная (уп. 0,5 кг)	10 054	5436	2318		
2-й год					
Капуста цветная замороженная (уп. 0,4 кг)	22 341	8653	2611		
Овощная смесь замороженная (уп. 0,350 кг)	14 587	6437	4576		
Грибы замороженные (уп. 0,250 кг)	25 874	10 221	3074		

Фруктовая смесь замороженная (уп. 0,5 кг)	9353	5179	2597		
3-й год					
Капуста цветная замороженная (уп. 0,4 кг)	22 987	9187	1743		
Овощная смесь замороженная (уп. 0,350 кг)	17 641	7819	5691		
Грибы замороженные (уп. 0,250 кг)	21645	9775	1211		
Фруктовая смесь замороженная (уп. 0,5 кг)	13 574	7286	4221		

Задание 5.

Оценить эластичность спроса на ассортиментные позиции товарного портфеля исследуемого предприятия за три года. Анализ эластичности спроса по цене за два предшествующих года представлен в таблице 5.

Таблица 5 - Анализ эластичности спроса на ассортимент продукции за 1-й и 2-й ГОДЫ

Наименование продукции	1-й год		2-й год		Изменение, %		Коэффициент ценовой эластичности
	цена руб.	тыс. уп.	цена руб.	тыс. уп.	цены	спроса	
Капуста цветная замороженная (уп. 0,4 кг)	12,85	1505,7	13,11	1704,1			
Овощная смесь замороженная (уп. 0,350 кг)	13,72	928,9	14,15	1030,9			
Грибы замороженные (уп. 0,250 кг)	21,94	1002,2	22,43	1153,5			
Фруктовая смесь замороженная (уп. 0,5 кг)	18,66	538,8	19,3	484,6			

Задание 6.

В таблице 6 представить анализ ценовой эластичности ассортиментных позиций товарного портфеля исследуемого предприятия «Морозко» за два последних года.

Таблица 6 - Анализ эластичности спроса на ассортимент продукции, выпускаемой ООО «Морозко» за два последних года

Наименование продукции	2-й год		3-й год		Изменение, %		Коэффициент ценовой эластичности
	цена руб.	тыс. уп.	цена руб.	тыс. уп.	цены	спроса	
Капуста цветная замороженная (уп. 0,4 кг)	13,11	1651,0	13,28	1730,9			
Овощная смесь замороженная (уп. 0,350 кг)	14,15	959,3	15,56	1133,7			
Грибы замороженные (уп. 0,250 кг)	22,43	1153,5	22,96	942,7			
Фруктовая смесь замороженная (уп. 0,5 кг)	19,3	484,6	20,79	515,1			

Практическое занятие 5.

Анализ эффективности товарного портфеля

Теоретическая часть

Анализ эффективности изменения ассортимента предприятия необходимо осуществлять посредством расчета затрат на продвижение продукции (стимулирование сбыта) в результате отказа от сотрудничества с мелкой розничной сетью.

Задания для выполнения.

Задание 1.

Сравнить динамику рентабельности товарного портфеля на конец отчетного года и в прогнозе на конец следующего года за исключением товарной позиции «овощная смесь, замороженная со злаками», т.к. данной товарной позиции ранее в портфеле не было.

Таблица 1 - Анализ прибыльности и доходности товарного портфеля ООО «Морозко» после оптимизации

Вид продукции	Объем сбыта, тыс. руб.	Себестоимость производства, тыс. руб.	Затраты на продвижение, тыс. руб.	Прибыль от продаж, тыс. руб.	Рентабельность продаж, %
Капуста цветная замороженная	24826	9260	1244		
Овощная смесь замороженная классическая	9526	4222	1996		
Овощная смесь замороженная со злаками	10079	3368	1996		
Грибы замороженные	24322	10362	1838		

Фруктовая смесь замороженная	18505	7869	1159		
------------------------------	-------	------	------	--	--

Практическое занятие 6. Управление логистическими системами

Задание 1.

Подход, который проявляется в рассмотрении всех элементов логистической системы как взаимосвязанных и взаимодействующих для достижения единой цели управления; Отличительной особенностью подхода является оптимизация функционирования не отдельных элементов, а всей логистической системы в целом - это	
	системный подход
	принцип общих затрат
	принцип глобальной оптимизации
	принцип логистической координации и интеграции
Учет всей совокупности издержек управления материальными и связанными с ними информационными и финансовыми потоками в логистической цепи - это	
	системный подход
	принцип общих затрат
	принцип глобальной оптимизации
	принцип логистической координации и интеграции
Согласование локальных целей функционирования элементов (звеньев) системы для достижения глобального оптимума при оптимизации структуры или управления в проектируемой логистической системе - это	
	системный подход
	принцип общих затрат
	принцип глобальной оптимизации
	принцип логистической координации и интеграции
Достижение согласованного, интегрального участия всех звеньев логистической системы (цепи) в управлении материальными (информационными, финансовыми) потоками при реализации целевой функции в процессе логистического менеджмента - это	
	системный подход
	принцип общих затрат
	принцип глобальной оптимизации
	принцип логистической координации и интеграции
Обеспечение надежности функционирования и высокого качества работы каждого элемента логистической системы для обеспечения общего качества товаров и услуг, поставляемых конечным потребителям - это	
	принцип всеобщего управления качеством
	принцип гуманизации всех функций и технологических решений
	принцип общих затрат
	принцип глобальной оптимизации
Принцип в логистических системах, что означает соответствие экологическим требованиям по охране окружающей среды, эргономическим, социальным, этическим требованиям работы персонала и т.п. - это	
	принцип гуманизации всех функций и технологических решений
	принцип общих затрат
	принцип глобальной оптимизации
	принцип всеобщего управления качеством

Современная теория логистики и логистического менеджмента в концептуальном плане базируется на методологии:	
	системного анализа
	кибернетического подхода
	экономико-математического моделирования
	стохастических систем
В комплекс основных функций администрирования логистических систем входят:	
	планирование (стратегическое, тактическое, оперативное)
	регулирование (принятие решений)
	аудит (внутренний и внешний)
	оптимизация
Установите соответствие между основаниями классификации макрологистических систем и видами макрологистических систем:	
По административно-территориальному делению	линейные макрологистические системы; макрологистические системы с концентрированной структурой; макрологистические системы с распределительной структурой; комбинированные макрологистические системы
По функциональному признаку	макрологистические системы с прямыми связями; эшелонированные макрологистические системы; гибкие макрологистические системы
В зависимости от типа используемой в системе логистической цепи выделяют	транспортные; военные; торговые; и др.
По типу структуры макрологистической системы выделяют	макрологистические системы города, района, субъекта Федерации и т.п.
Установите соответствие между профессиональными терминами и их определениями:	
Эшелонированные макрологистические системы	это такие системы в которых товарный поток доводится до потребителя без участия посредников
Гибкие макрологистические системы	системы, в которых поток на пути от производителя к потребителю проходит ряд промежуточных звеньев (дилеры, дистрибьютеры и пр.)
Макрологистические системы с прямыми связями	системы, в которых могут использоваться логистические цепи двух видов, как прямые, так и эшелонированные

Задание 2.

_____ логистических систем - это комплекс управленческих функций и процедур, осуществляемых персоналом логистического менеджмента фирмы (преимущественно с применением информационно-компьютерных технологий) для реализации стратегических, тактических и оперативных целей логистических систем.

Администрирование

Логистическая _____ – это сложная организационно завершенная (структурированная) экономическая система, состоящая из элементов (звеньев), взаимосвязанных в едином процессе управления материальными и сопутствующими им потоками

система

Логистическая _____ - это основная точка зрения (руководящая идея) на логистику как на платформу поддержки бизнеса и инструментарий оптимизации ресурсов фирмы при управлении товарно-материальными потоками, связанной с информацией и сервисом

концепция

Логистическая _____ - это долгосрочное, качественно определенное направление развития логистики, касающееся форм и средств ее реализации в фирме, межфункциональной и межорганизационной координации и интеграции, сформулированное высшим менеджментом компании в соответствии с корпоративными целями.

стратегия

Логистический _____ организации – это экспертная оценка всей логистической «цепочки поставок» компании, включающей закупки, транспорт, склад, распределительную логистику и систему управления запасами.

аудит

_____ аудит - это аудит, который занимается средой действия логистики.

Внешний

Задание

Порядковый номер задания	17
Тип	4
Вес	

_____ аудит - это аудит, анализирующий способ выполнения операций внутри организации и выявляющий участки, требующие усовершенствования.

Внутренний

_____ система - это крупная система управления материальным потоком, которая объединяет предприятия и организации промышленности, посреднические, торговые и транспортные организации различных ведомств.

Макрологистическая

Задание 3.

Верны ли утверждения:	
А) Функции логистического администрирования сводятся к размещению и отслеживанию ресурсов, необходимых для выполнения предназначения логистики.	
В) Логистическая стратегия должна разрабатываться в соответствии с корпоративной стратегией фирмы и следовать в русле ее миссии.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет
Верны ли утверждения:	
А) Эшелонированные макрологистические системы - это такие системы в которых товарный поток доводится до потребителя без участия посредников.	
В) Гибкие макрологистические системы - системы, в которых поток на пути от производителя к потребителю проходит ряд промежуточных звеньев (дилеры, дистрибьютеры и пр.).	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет
Верны ли утверждения:	
А) Линейные макрологистические системы – системы, в которых каждый уровень представлен не более чем одним звеном.	
В) Макрологистические системы с концентрированной структурой – системы, в которых количество параллельных звеньев возрастает в направлении движения потока, такая структура характерна для любой сбытовой системы: продукция с центрального склада распределяется в региональные склады, откуда развозится в магазины.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет
Верны ли утверждения:	
А) Логистический сервис организации – это экспертная оценка всей логистической «цепочки поставок» компании, включающей закупки, транспорт, склад, распределительную логистику и систему управления запасами.	
В) Принцип гуманизации всех функций и технологических решений - принцип в логистических системах, что означает соответствие экологическим требованиям по охране окружающей среды, эргономическим, социальным, этическим требованиям работы персонала и т.п.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет

Практическое занятие 7.

Управление логистическими рисками. Анализ, оценка и эффективность деятельности складского хозяйства и логистики снабжения

Задание 1.

Интервал времени между подачей заказа и доставкой заказанного продукта или услуги конечному потребителю - это	
	логистический цикл
	логистический риск
	управление риском
	логистический сервис
Риск, возникающий при любых видах логистической деятельности, связанной с производством продукции, товаров, услуг, их реализации, товарно-денежными и финансовыми операциями, коммерцией, осуществлением социально-экономических и научно-технических проектов - это	
	логистический цикл
	логистический риск
	управление риском
	логистический сервис
Процесс целенаправленного воздействия субъекта управления на объект для решения стоящих задач - это	
	логистический цикл
	логистический риск
	управление риском
	логистический сервис
Показатели, отражающие качество работы склада, подразделяются на:	
	показатели, отражающие точность выполнения параметров заказа
	обеспечение выполнения заказов
	соблюдение внутреннего режима работы склада
	время пополнения запасов
Соотнесите группы показателей, отражающих эффективность процесса на складе и показатели:	
1 группа: показатели, характеризующие степень удовлетворения запросов потребителей	отражают финансово-экономические результаты, представляющие собой совокупность производных показателей остальных групп
2 группа: показатели, отражающие качество работы склада	издержки по управлению складскими запасами, затраты на транспортировку внутри складов, переработку грузов и их хранение, упаковку и другие логистические издержки
3 группа: показатели количества и времени	характеризует время логистических циклов: время пополнения запасов, обработки заказов потребителей, подготовки, комплектации и доставки заказов, закупки товаров и другие

4 группа: показатели затрат	в основном содержит показатели, которые характеризуют непосредственно качество работы склада
5 группа: показатели финансово-экономических результатов	показатели: оценка потребителями уровня выполнения заказа, возврат товаров потребителями по причине неправильной комплектации, нарушениями упаковки и т.п., число задержек отгрузки товаров, жалобы от потребителей, показатели уровня обслуживания и другие

Соотнесите элементы модели ТСО и факторы, влияющие на затраты:	
Цена	Сертификация продукта. Проектирование продукта. Учет вариативности потребителей и продуктов. Послепродажный сервис. Стандартизация. Ликвидация продукта. Поиск товаров-заменителей. Изменение ассортимента. Использование продуктов с более продолжительным сроком службы. Утилизация. Транспортировка. Переработка
Затраты на использование (эксплуатацию)	Планирование потребности в материалах. Получение материалов. Составление отчетов по показателям функционирования. Управление запасами устаревших материалов и неликвидов. Оформление счетов к оплате. Подготовка запасов к использованию. Обработка заказов на закупку. Составление карт закупок. Консолидация инвойсов. Доставка в варианте JIT. Оптимизация запасов. Электронное размещение заказов и интернет-технологии. Управление качеством
Административные расходы и издержки процессов	Структура затрат поставщика. Гарантированные скидки. Влияние объема закупок на скидки. Хеджирование рисков при закупках. Структура показателей функционирования и программ закупок. Скидки. Обмен получаемыми преимуществами

Задание 2.

Критерий _____ - это понимается экстремальное значение показателя эффективности функционирования складской системы (целевой функции) эффективности

_____ – это совокупность операций, выполняемых на различных стадиях складского технологического процесса.
Грузопереработка

_____ – это комплексная система поддержки управления организацией, направленная на координацию взаимодействия систем менеджмента и контроля их эффективности.

Контроллинг

_____ – это обеспечение организации требуемыми продуктами или услугами, включающее в себя все взаимосвязанные виды деятельности по управлению закупками и поставщиками, необходимые организации для выполнения корпоративной стратегии с оптимальными затратами ресурсов.

Снабжение

Складское _____ – это комплекс складов, предназначенных для хранения и обеспечения основного и вспомогательного производства необходимыми материальными ресурсами.

хозяйство

_____ риск - это риск, возникающий при любых видах логистической деятельности, связанной с производством продукции, товаров, услуг, их реализации, товарно-денежными и финансовыми операциями, коммерцией, осуществлением социально-экономических и научно-технических проектов

Логистический

_____ поставок – это совокупность организаций, людей, видов деятельности и информации, вовлечённых в процесс преобразования первичного сырья в готовый продукт и движения сырья (готовой продукции) от поставщика первичного сырья до конечного потребителя.

цепь

Управление _____ представляет собой процесс целенаправленного воздействия субъекта управления на объект для решения стоящих задач.

риском

Задание 3.

Верны ли утверждения:

- А) Модель ТСО является важным рычагом оценки влияния снабжения на эффективность бизнеса компании в целом и критерием решения проблемы МОВ «делать или покупать».
- В) В модели ТСО должны учитываться полные затраты, относящиеся к товару, в том числе его цена, расходы при использовании и административные расходы.

А - да, В - да

А - да, В - нет

	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет
Верны ли утверждения:	
А) В сбалансированную систему показателей эффективности логистики снабжения должны включаться именно стратегические цели.	
В) Система сбалансированных показателей задумана её авторами (Роберт Каплан и Девид Нортон) как инструмент реализации стратегии развития предприятия.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет
Верны ли утверждения:	
А) Развитие интеграционных процессов в экономике и выход их за рамки основного экономического звена по линиям взаимодействия с бизнес-партнерами в сфере снабжения сфере сбыта готовой продукции привели к появлению понятия интегрированной логистики, или логистики цепей поставок.	
В) Управление цепями поставок – комплекс методов и подходов, направленный на интеграцию усилий всех участников цепи поставок по удовлетворению спроса потребителей максимально эффективным путем.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет
Верны ли утверждения:	
А) При сравнении альтернатив в условиях риска необходимо учитывать отношение к риску конкретного лица, принимающего решения.	
В) Все альтернативы, точки которых в пространстве «Риск-Доход» образуют одну кривую, эквивалентны друг другу и тем самым находятся на разных уровнях.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет
Верны ли утверждения:	
А) К наиболее эффективным методам минимизации потерь относится используемый в деятельности предприятия метод стратегического планирования.	
В) Логистические риски относят к группе коммерческих рисков предприятия.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет

Практическое занятие 8.

Анализ эффективности логистики в торговле. Анализ эффективности логистики сбыта

Задание 1.

Показатель, характеризующий наличие запасов для бесперебойного удовлетворения потребностей потребителей в товарах, - это	
	доступность
	функциональность
	надежность
	единовременность
Способность поддерживать запланированный уровень доступности запасов и функциональности операций - это	
	доступность
	функциональность
	надежность
	единовременность
Коммерческий документ, представляющий собой обращение покупателя к продавцу, импортера к экспортеру с просьбой дать подробную информацию о товарах и направить предложения на поставку товара - это	
	запрос
	предложение (оферта)
	рекламация (претензия)
	заявление
Формальное предложение заключить коммерческую сделку, содержащее все существенные условия соглашения: ассортимент, количество, цены, сроки, ответственность сторон - это	
	запрос
	предложение (оферта)
	рекламация (претензия)
	заявление
Коммерческий документ, представляющий собой предъявление претензии к стороне, нарушившей принятые на себя по контракту обязательства, и требование возмещения убытков - это	
	запрос
	предложение (оферта)
	рекламация (претензия)
	заявление
Обслуживание потребителей является одной из важных логистических функций, и затраты на это подразделяются на:	
	затраты, связанные с получением заказов, с осуществлением предприятием усилий для привлечения покупателей к своей продукции и продаже ее

	затраты, связанные с выполнением заказов, с осуществлением специалистами подразделений предприятия деятельности по закупке, хранению, транспортировке, производству продукции, с ее страхованием, оплатой таможенных пошлин и услуг транспортно-экспедиционных предприятий, с охраной продукции, ее упаковкой, изготовлением сопроводительной товарно-транспортной документации, связью и перепиской, а также с издержками вследствие особых ситуаций
	затраты, связанные с рекламной деятельностью определенной продукции
	затраты, связанные с правовым сопровождением товара
К наиболее важным комплексным показателям качества обслуживания относятся следующие:	
	доступность
	функциональность
	надежность
	единовременность
Главные критерии, на которых рекомендуется строить систему выбора поставщика:	
	качество продукции
	личная заинтересованность руководства организации
	надежность поставщика
	качество обслуживания
Выделяют следующие категории транзакционных издержек:	
	затраты поиска информации о потенциальных поставщиках и покупателях, ценах, характеристиках товаров и услуг
	затраты, связанные с ведением переговоров и заключением контракта
	«надзорные затраты» (по контролю за соблюдением условий договора)
	затраты на личное поощрение поставщиков
На эффективность канала сбыта влияют параметры:	
	эффективность работы посредников
	эффективность финансового обеспечения канала сбыта
	эффективность распределения товара по данному каналу сбыта
	эффективность правовых аспектов канала распределения
В маркетинге разработаны три подхода к решению проблемы определения количества посредников:	
	интенсивное распределение
	эксклюзивное распределение
	селективное распределение
	индивидуальное распределение
Установите соответствие между парадигмами синтеза систем обслуживания и их описанием:	
Аналитическая парадигма	сущность данной парадигмы заключается в том, что в процессе выполнения заказов элементы системы обслуживания воспринимаются как единое целое
Технологическая парадигма	модели, использующие данную парадигму при синтезе систем обслуживания, описывают связи между элементами системы. Синтезируемая система обслуживания предназначена для реализации стратегической цели предприятия –

	достижения стратегического конкурентного преимущества на рынке
Маркетинговая парадигма	ориентируется на административные функции, выполняемые сотрудниками структурных подразделений: планирование, закупка материальных ресурсов, производство, распределение готовой продукции
Интегральная парадигма	ставится задача построения экономико-математической модели, отражающей специфику решаемой задачи в области логистики. При этом задача четко определена, а модель реализуема
Соотнесите системы распределения и их определения:	
Одноканальная система распределения	для выхода на один или несколько сегментов рынка используются два и более каналов распределения
Комбинированная система распределения	для выхода на определенный сегмент (сегменты) рынка используется только один канал распределения
Многоканальная система распределения	многоканальная система распределения, при которой предприятие с целью охвата двух и более сегментов рынка формирует либо один, либо несколько каналов распределения для каждого сегмента
Установите соответствие между профессиональными терминами и их определениями:	
Дистрибьюторы	оптовые (реже розничные) посредники, которые ведут операции от своего имени и за свой счет
Дилеры	оптовые и розничные посредники, ведущие операции от имени производителя и за свой счет
Комиссионеры	посредники, выступающие в качестве представителя или помощника другого, основного по отношению к нему лица (принципала)
Агенты	оптовые и розничные посредники, ведущие операции от своего имени и за счет производителя

Задание 2.

_____ - это планирование, осуществление и контроль физического перемещения товаров от мест их происхождения к местам использования

Товародвижение

_____ потребителей - это процесс создания в логистической цепочке существенных выгод, содержащих добавленную стоимость, при поддержании издержек на эффективном уровне

Обслуживание

_____ системы обслуживания с помощью логистики - это предоставление услуг, необходимых потребителям, с самыми низкими возможными затратами

Совершенствование

_____ – это любое юридическое (организация, предприятие, учреждение) или физическое лицо, поставляющие товары или услуги заказчикам

Поставщик

_____ поставщиками – это процесс, ответственный за обеспечение того, что договоры с поставщиками соответствуют требованиям бизнеса, и все поставщики выполняют свои контрактные обязательства

Управление

_____ поставщиков – это количество, характеристика, адреса поставщиков, которые снабжают предприятие сырьем и материалами.

База

_____ – это комплексная логистическая активность, заключающаяся в продвижении продукции от производителей к потребителям, с использованием совершенной организации продаж, предпродажного и послепродажного сервиса.

Дистрибьюция

_____ издержки – это затраты, возникающие в связи с заключением контрактов (в том числе с использованием рыночных механизмов); издержки, сопровождающие взаимоотношения экономических агентов.

Трансакционные

_____ – это передача сторонней фирме некоторых функций или частей бизнеса предприятия

Аутсорсинг

_____ – это включение в организационную структуру материнского предприятия функций, реализуемых до этого другими хозяйственными субъектами

Инсорсинг

_____ – это физическое лицо или организация, содействующие установлению контактов и заключению сделок между производителями и потребителями, продавцами и покупателями товаров и услуг.

Посредник

_____ сбыта – это платные коммуникации, отличные от рекламы, мероприятий по связям с общественностью и личных продаж и направленные на стимулирование покупок и повышение результативности работы розничного торговца

Стимулирование

Задание 3.

Верны ли утверждения:	
А) Логистика обладает активным интегрирующим потенциалом, способным связать воедино и улучшить взаимодействие между такими функциональными сферами, как снабжение, маркетинг, дистрибуция, организация продаж.	
В) Применение логистики позволяет существенно повысить эффективность товародвижения. Общий эффект достигается за счет выполнения основных правил логистики: обеспечивать поставку нужного груза, необходимого качества, в нужном количестве, в нужное время, в нужное место и с минимальными затратами.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет
Верны ли утверждения:	
А) Для того чтобы спроектировать систему обслуживания, необходимо разработать процессы управления и организовать систему управления некоторым комплексом процессов, составляющих объект управления.	
В) При проектировании системы обслуживания должны быть продуманы как способы транспортировки, так и методы управления распределением товаров на различных участках канала распределения.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет
Верны ли утверждения:	
А) Поиск потенциальных поставщиков и выбор поставщика включает тщательное исследование рынка поставщиков по интересующей продукции, поиск наиболее квалифицированных поставщиков, предоставление необходимых услуг до и после продажи.	
В) Составленный перечень потенциальных поставщиков не анализируется на основании специальных критериев, позволяющих осуществить отбор приемлемых поставщиков.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет
Верны ли утверждения:	
А) При выборе поставщика первоначально производится поиск потенциальных поставщиков, а затем их сравнение, анализ и оценка.	
В) Критерий оценки и отбора поставщиков материальных ресурсов не зависят от требований потребителей логистической системы.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет

Верны ли утверждения:	
А) По частоте возникновения различают временные и регулярные транзакционные затраты.	
В) Транзакции могут быть внешними (рыночными) и внутрифирменными.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет
Верны ли утверждения:	
А) Генеральные агенты – агенты, которые совершают любые юридические действия от имени принципала.	
В) Универсальные агенты – агенты, которые заключают только сделки, указанные в доверенности.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет
Верны ли утверждения:	
А) Преимуществами стимулирования сбыта является большая вероятность непосредственного контакта с покупателями; а также большое количество методов стимулирования и повышение вероятности импульсивных покупок и т.п.	
В) К недостаткам стимулирования сбыта относятся то, что объем продаж повышается только на небольшой промежуток времени, а также имеется наибольший положительный эффект совместно с другими методами продвижения.	
	А - да, В - да
	А - да, В - нет
	А - нет, В - да
	А - нет, В - нет

4. Общие положения по выполнению междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики»

Общее руководство и контроль хода выполнения междисциплинарного проекта осуществляется руководителем, закрепленным приказом ректора.

Тематика междисциплинарного проекта разрабатывается преподавателем, ведущим дисциплину, рассматривается, принимается и утверждается на заседании выпускающей кафедры. Тему междисциплинарного проекта студенты выбирают самостоятельно или по рекомендации руководителя из разработанного перечня тем (см. приложение 1).

Тема междисциплинарного проекта может быть предложена и студентом при условии обоснования им целесообразности. Допускается выполнение междисциплинарного проекта по одной теме группой студентов.

Междисциплинарный проект выполняется по составленному студентом плану. В нем указывается название проекта, а также рассматриваемые вопросы.

Руководитель предлагает примерный план по теме проекта, который может быть доработан студентом применительно к конкретным условиям организации или предприятия и согласован с руководителем.

Подготовка к написанию междисциплинарного проекта

Сроки сдачи

Для написания работы с учетом загруженности студентов необходимы 2,5 – 3 месяца. За этот срок можно накопить, проанализировать, систематизировать, изложить и оформить материал.

Выбрав тему проекта, студент составляет и согласовывает план с руководителем, затем работает и получает консультации по установленному графику. На консультацию приносит материалы, которыми располагает и текст разделов курсовой проект.

За две недели до срока сдачи проект оформляется.

На время выполнения проекта составляется расписание консультаций, утверждаемое заведующим кафедрой. Консультации проводятся за счет объема времени, отведенного в рабочем учебном плане на изучение дисциплины.

В ходе консультаций руководителем разъясняются назначение и задачи, структура и объем, принципы разработки и оформления, примерное распределение времени на выполнение отдельных частей курсового проекта, даются ответы на вопросы студентов.

Основные функции руководителя междисциплинарного проекта

1. Консультирование по вопросам содержания и последовательности выполнения проекта.
2. Оказание помощи студенту в подборе необходимой литературы.
3. Контроль хода выполнения проекта.
4. Подготовка письменного отзыва на проект.

Проверка, составление письменного отзыва и прием проекта осуществляется руководителем проекта вне расписания учебных занятий. На выполнение преподавателем этой работы отводится два часа на каждую работу.

Междисциплинарный проект оценивается по пятибалльной системе. Студентам, получившим неудовлетворительную оценку по проекту, предоставляется право выбора новой темы междисциплинарного проекта или, по решению руководителя, доработки прежней темы, при этом определяется новый срок ее выполнения.

5. Структура, содержание и объем междисциплинарного проекта

Междисциплинарный проект должен состоять из теоретической и практической частей. В отдельных случаях он дополняется презентацией в электронном варианте, плакатами и другим раздаточным материалом на

бумажных носителях, выполненными студентом самостоятельно и отражающими содержание работы.

Объем междисциплинарного проекта – 25 – 30 печатных листов формата А4.

Междисциплинарный проект должен содержать следующие структурные элементы и порядок расположения материала:

- титульный лист стандартного образца;
- утвержденный руководителем план проекта;
- введение (цель, задачи работы, обоснование актуальности выбранной темы);
- основную часть работы;
- заключение (основные выводы по работе);
- список использованных источников;
- приложения.

В основной части проекта должен быть включен не только теоретический, но и практический материал.

Текст работы должен удовлетворять следующим основным требованиям: отражать умение работать с литературой, выделять проблему, формулировать цель, определять задачи и методы исследования, особенности решения проблемы, последовательно излагать сущность рассматриваемых вопросов, показывать владение основными понятиями и терминами, иметь приемлемый уровень языковой грамотности, включая владение функциональным стилем научного изложения.

6. Оформление междисциплинарного проекта

Проект выполняется на одной стороне стандартного листа форматом А4 (210 x 297) машинописном варианте с полями: левое – 30 мм, правое – 15 мм, нижнее – 25 мм, верхнее – 20 мм. Шрифт Times New Roman 14, межстрочный интервал – 1,5.

Не принято писать в проекте «я думаю», «я предлагаю» и т.п. Излагать материал рекомендуется от первого лица множественного числа (по нашему мнению).

Все страницы должны быть пронумерованы. Номера проставляются, начиная с третьей страницы. На титульном листе и листе «Содержание» номер не проставляется. Нумерация страниц начинается с «Введения», страница третья, и завершается на последней странице «Перечня литературы». В «Содержании» напротив каждого раздела и пункта следует указать номера страниц. Номер страницы проставляется по центру внизу после текста. Рисунки, таблицы, список литературы нумеруются.

Все разделы и подразделы должны иметь заголовки и номера. Между заголовком и началом текста остается чистой одна строка. Номера разделов и подразделов обозначаются цифрами. Каждый раздел следует начинать с новой страницы (листа).

Все иллюстративные материалы, таблицы, рисунки, схемы, диаграммы, графики должны иметь название и номер. Слово «Таблица» и «Рисунок» пишутся полностью. Цифровой материал в курсовой работе, как правило, оформляют в виде таблиц. Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей, а также сопоставимости информации, полученной из разных источников. Оформление составных частей таблицы имеет свои особенности, на которые следует обратить внимание при выполнении курсовой работы (проекта). Каждая таблица должна иметь номер и название. Номер таблицы может определяться ее принадлежностью к соответствующему разделу и подразделу. Например, третью таблицу во втором разделе второго подраздела нумеруют следующим образом: «Таблица 2.2.3» Допускается и сквозная нумерация таблиц. Название таблицы (внешнее оглавление) должно отражать ее основное содержание, место и время. Название таблицы быть точным и кратким, оглавление следует помещать по центру над таблицей.

Графики, диаграммы, схемы в тексте именуется рисунками. Название таблицы пишется между самой таблицей и ее номером. Название рисунка пишется под рисунком, рядом с ее номером. Таблицы и рисунки должны помещаться после ссылки на них. Не рекомендуется переносить таблицы с одной страницы на другую.

Использованные в работе цифровые данные, выводы, мысли других авторов и цитаты обязательно должны сопровождаться ссылкой на источник, например, [15,148] (на странице 148 источника литературы под номером 15 в списке литературы).

Формулы выносятся в отдельную строку. Формулы, на которые делаются ссылки в тексте, нумеруются цифрами в круглых скобках, размещаемые справа от формулы.

Заказные проекты по дисциплине, выполненные на материалах конкретных организаций, должны иметь подтверждения реальности использованных данных - заключение организации.

Междисциплинарный проект должен быть сшит, иметь обложку или титульный лист, оформленный в соответствии с приложением 3 к настоящему методическим указаниям.

7.Подбор и изучение литературы

Студент самостоятельно подбирает литературу по теме междисциплинарного проекта и изучает ее.

Список использованных источников составляется в следующем порядке: вначале следует перечислить законы и другие нормативные и правовые документы в хронологической очередности их принятия, инструктивные, организационные, статистические материала, справочники. Затем в алфавитном порядке приводятся учебники, учебные пособия, статьи из журналов и других изданий с указанием следующих сведений: фамилия и

инициалы автора, полное название книги или статьи, место и дата издания, наименование издательства, номер журнала и газеты.

Список использованных источников в проекте необходимо приводить в алфавитном порядке. При этом по каждому источнику отражаются фамилия и инициалы автора, полный заголовок книги или статьи, место издания, наименование издательства, год издания и нумерации страниц.

Рекомендации по оформлению списка использованных источников.

В описание книги должны входить:

- фамилия и инициалы автора;
- полное название книги (с подзаголовками, которые могут идти после запятой, после двоеточия, в скобках и т.п.);
- после косой черты- данные о переводчике (если это перевод с иностранного языка) или о редакторе (если книга написана коллективом авторов);
- после «тире» - название города, в котором издана книга;
- после двоеточия - название издательства, которое ее выпустило;
- после запятой - год издания;
- после точки и тире - количество страниц.

Интернет-ресурсы

1. www.gks.ru - (официальный сайт Госкомстата РФ)
2. ido.rudn.ru (Экономика) – электронный учебник по курсу «Экономика» (авт.: Бирюков В.А., Зверев А.Ф. и др.) от Федерального фонда учебных курсов на портале Университета Дистанц. образования.
3. <http://www.economy.gov.ru> – Министерство экономического развития РФ
4. cea.gov.ru – Центр экономической конъюнктуры при правительстве Российской Федерации.
5. consultant.ru – Консультант Плюс.
6. economicus.ru – учебно-методические материалы для изучающих экономику; подборка словарей, энциклопедий, справочников.
7. <http://www.aup.ru> – бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики на предприятии

8. Характеристика и содержание разделов междисциплинарного проекта

Во введении раскрывается актуальность выбранной темы, показывается ее значение и цель выполнения курсовой работы, указывается, на материалах какой организации или предприятия выполнена работа.

Междисциплинарный проект требует постановки или формулировки задач.

В соответствии с поставленной целью были определены следующие задачи:

- изучить теоретические и методические основы...
- определить факторы, влияющие на величину...
- провести комплексный анализ показателей хозяйственно-финансовой деятельности предприятия...
- изложить сущность методов ...
- охарактеризовать методические подходы к обоснованию ...
- разработать план ... для конкретного предприятия
- определить направления повышения эффективности...»

Таким образом, задачи междисциплинарного проекта обычно перечисляются (изучить ..., описать..., установить..., выяснить... и т.д.).

Далее во введении формулируются объект и предмет исследования. Объектом исследования является конкретное предприятие, а предмет исследования определяется в названии темы курсового проекта.

Затем определяется информационная база междисциплинарного проекта, которая объединяет материалы предприятия, документы статистической отчетности. Следует грамотно перечислять наименования использованных документов.

Далее указываются использованные обучающимся методы исследования. Например, «В процесс выполнения курсового проекта для решения поставленных вопросов применены различные приемы и методы исследований: монографический, логический, статистический, аналитический, расчетно-конструктивный, метод технико-экономических расчетов и т.д.».

Заключительным элементом введения может быть краткая характеристика структуры проекта. Например, «Междисциплинарный проект содержит введение, 2 главы, заключение, список использованных источников в количестве..., приложение в количестве.... Работа выполнена на ... страницах печатного текста».

Основная часть состоит из теоретических положений по данным изучаемой литературы, анализа собранных материалов, характеризующих практическую деятельность торгового предприятия (организации), на базе которого выполняется проект, а также из материалов собственных наблюдений.

В теоретической части дается история вопроса, уровень разработанности проблемы в теории и практике посредством сравнительного анализа литературы.

В практической части могут быть представлены расчеты, графики, таблицы, схемы.

Источником информации об организационно-хозяйственной деятельности предприятия (организации) служат баланс: баланс, данные статистической отчетности экономического анализа, материалы финансово-хозяйственной деятельности прогнозируемых показателей и др.

В предприятиях (организациях) студенту следует выявить как положительные, так и отрицательные стороны их деятельности, что позволяет более обоснованно сформулировать выводы и предложения.

Заключение должно вытекать из изученного теоретического и практического материалов.

Формулировка должна быть краткой и предлагать мероприятия по устранению выявленных недостатков и дальнейшему совершенствованию деятельности организации или предприятия, повышению его конкурентоспособности. Обоснованные предложения в значительной мере должны определять направления выживаемости торгового предприятия (организации) в условиях рыночных отношений, практическую значимость выполнения работы.

В заключении студент должен подвести итог своей работы по написанию проекта. Насколько ему удалось реализовать поставленные цели и задачи, определить уровень разработанности проблемы, какими методами удалось воспользоваться. Студент должен оценить свою работу и определить ее важность для будущего специалиста.

Если в ходе работы был проведен эксперимент, то следует дать рекомендации о возможности применения полученных результатов.

По результатам анализа практической части работы желательны рекомендации относительно возможностей практического применения представленных материалов.

9. Особенности обработки и предоставления (изложения) материала

На основе анализа и обработки собранного материала студент самостоятельно излагает содержание междисциплинарного проекта. Прежде, чем ответить на тот или иной вопрос плана, необходимо хорошо продумать его. Материал следует излагать своими словами, не допуская дословного заимствования из литературных источников. Особое внимание следует обратить на грамотность изложения материала. Целесообразно пользоваться орфографическим словарем.

Цитаты и статистические данные необходимо тщательно сверить и снабдить ссылками на источники.

Каждая таблица должна иметь порядковый номер, название, единицы измерения. В таблице должны содержаться как абсолютные, так и относительные (расчетные) показатели. Иллюстрированный материал (схемы-планировки, графики, диаграммы, таблицы, средства рекламы, договоры и др.) должны иметь единую нумерацию.

Особое внимание обратить на оформление приложений, дать ссылку в тексте курсового проекта (см. приложение № ...), а рядом с номером приложения указать, к какой странице это приложение относится. Использовать: указатели: Приложения к разделу 1, к вопросу № ...

Приложения нумеруются по ходу использования их в курсовом проекте и помещаются в конце текста. Некоторые графики, схемы могут приводиться в тексте работы. Они также нумеруются, дается ссылка на них.

Приложения должны содержать материалы, имеющие непосредственное отношение к теме выполненной работы.

10.Рецензирование междисциплинарного проекта

По завершении студентом междисциплинарного проекта руководитель подписывает ее и вместе с письменной рецензией передает студенту для ознакомления

Рецензия должна включать:

1. Заключение о соответствии междисциплинарного проекта заявленной теме.

2. Оценку качества выполнения междисциплинарного проекта.

3. Оценку полноты разработки составленных вопросов, теоретической и практической значимости междисциплинарного проекта.

4. Оценку междисциплинарного проекта.

Междисциплинарный проект оценивается по пятибалльной системе.

Примерный текст рецензии:

Тема работы раскрыта полностью.

Материал изложен в соответствии с предложенным планом (системно, четко, логично, доказательно, тесно связан с практической деятельностью организации (предприятия). Примеры яркие, убедительные, результативные. Каждая ситуация проработана.

Вы доказали способность анализировать, сопоставлять, делать выводы, формулировать рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия по повышению уровня конкурентоспособности.

Работа актуальна, результаты могут быть использованы в практической деятельности.

Вам удалось подтвердить экспериментом или доказать целесообразность применения или использования

Вы проявили инициативу, коммуникабельность, самостоятельность, ответственность и организованность в подборе материала, его систематизации, анализе и представлении работы. Сроки сдачи не нарушены.

Вы умеете пользоваться нормативной, правовой и справочной документацией.

Работа в очередной раз подтверждает высокий уровень Вашей подготовки к выполнению курсовой работы.

Оформлена работа в соответствии с методическими рекомендациями, аккуратно, грамотно. Излагаемый материал хорошо иллюстрирован.

Работа оценивается на пять (отлично).

11. Защита междисциплинарного проекта

Студент должен подготовить краткое, желательно устное, сообщение на 3 – 5 мин, где отражается проблема, цель и задачи, методы, приемы, формы работы над материалом, которые были представлены при написании курсовой работы; а также сущность темы и краткое содержание материала; особенности нормативного регулирования исследуемых вопросов, состояние и особенности исследуемой проблемы; полученные результаты, выводы и предложения, степень их новизны.

Защита может проходить с использованием иллюстративных материалов: схем, таблиц, документов, компьютерных презентаций.

Оценка *«отлично»* выставляется если:

1. Показана актуальность исследования.
2. Обоснованы и четко сформулированы: цель, задачи, объект и предмет курсовой работы.
3. Достаточно полно раскрыта теоретическая и практическая значимость работы, выполненной автором.
4. Сделаны четкие и убедительные выводы по результатам исследования.
5. Список использованных источников в достаточной степени отражает информацию, имеющуюся в проекте. В тексте имеются ссылки на литературные источники.
6. Имеется необходимый иллюстративный материал.

Оценка *«хорошо»* выставляется если:

1. Показана актуальность исследования.
2. Обоснованы и четко сформулированы: цель, задачи, объект и предмет курсовой работы.
3. Достаточно полно раскрыта теоретическая и практическая значимость работы, выполненной автором.
4. Сделаны четкие и убедительные выводы по результатам исследования.
5. Список использованных источников не полностью отражает информацию, имеющуюся в проекте.
6. Содержание и результаты исследования доложены недостаточно четко.

Оценка *«удовлетворительно»* выставляется, если к проекту имеются замечания по содержанию, по глубине проведенного исследования, работа написана неубедительно.

Оценка *«неудовлетворительно»* выставляется, если проект имеет много замечаний от рецензента, работа написана непоследовательно, нелогично.

Примерные темы междисциплинарного проекта «Оценка эффективности использования ресурсов в сфере торговли и логистики»

1. Методы и инструменты управления ресурсами торговли.
2. Комплексная оценка эффективности использования ресурсов торговой организации.
3. Совершенствование управления трудовыми ресурсами торговой организации.
4. Особенности управления финансовыми ресурсами торговой организации.
5. Актуальные проблемы правового регулирования использования аутстаффинга в торговле.
6. Актуальные проблемы управления трудовыми ресурсами торговой организации.
7. Использование интернет-ресурсов для оптимизации торгово-технологических процессов.
8. Стратегии управления трудовыми ресурсами в сетевой розничной торговле.
9. Повышение эффективности управления товарными ресурсами розничной торговой организации.
10. Повышение эффективности управления товарными ресурсами оптовой торговой организации.
11. Повышение эффективности использования трудовых ресурсов розничной торговой организации.
12. Повышение эффективности использования трудовых ресурсов оптовой торговой организации.
13. Повышение эффективности использования финансовых ресурсов торговой организации.
14. Актуальные проблемы управления информационными ресурсами торговой организации.
15. Особенности формирования товарных ресурсов розничной торговой организации.
16. Особенности формирования товарных ресурсов оптовой торговой организации.
17. Принципы и показатели оценки использования материальных ресурсов торговой организации.
18. Роль нематериальных ресурсов в торговле.
19. Влияние факторов на эффективность использования ресурсов в торговле.
20. Анализ состояния и развития трудовых ресурсов в торговле.
21. Анализ состояния и развития финансовых ресурсов в торговле.

22. Анализ состояния и развития материальных ресурсов в торговле.
23. Направления повышения эффективности использования нематериальных активов торговой организации.
24. Формирование товарных ресурсов торговой организации.
25. Оценка ресурсов рентабельности в торговле.
26. Актуальные проблемы обеспечения товарными ресурсами торговых организаций в современных экономических и политических условиях хозяйствования.
27. Формирование конкурентных преимуществ торговой организации на основе совершенствования управления ее ресурсами.
28. Ресурсный потенциал торговой организации как основа ее развития.
29. Товарные ресурсы потребительского рынка региона: оценка состояния и перспектив развития (регион обучающимся выбирается самостоятельно).
30. Экономический эффект от применения логистики в коммерческой деятельности предприятия (на конкретном предприятии)
31. Специфика логистического подхода к управлению материальными потоками в транспортно-складских системах (на конкретном предприятии)
32. Исследование логистических функций различных участников логистического процесса на макроуровне
33. Анализ применения системы поставок «точно в срок» (на конкретном предприятии)
34. Анализ процесса оказания логистических услуг (на конкретном предприятии)
35. Решение оптимизационных задач логистических операций (на конкретном предприятии)
36. Организация и совершенствование процесса транспортировки (на конкретном предприятии)
37. Современное состояние и тенденции развития складской логистики в регионе
38. Обоснование издержек в логистике (на конкретном предприятии)
39. Разработка модели принятия управленческого решения распределения готовой продукции (на конкретном предприятии)
40. Транспортно-складские издержки и формирование цены на транспортно-логистическое обслуживание
41. Система управления сервисом на основе внедрения клиенто-ориентированных стратегий сбыта товаров
42. Организация и совершенствование системы контроллинга складского хозяйства (на конкретном предприятии)
43. Оптимизация подсистемы складирования предприятия (на конкретном предприятии)

44. Система показателей эффективности операций на транспорте и складе (на конкретном предприятии)
45. Экономический эффект от достижения оптимизации в транспортно-складских системах (на конкретном предприятии)
46. Исследование логистической системы международного товародвижения.
47. Повышение эффективности функционирования складского хозяйства в системе распределения продукции.
48. Мероприятия по снижению издержек складских систем.
49. Определение параметров склада, необходимого оборудования и подъёмно-транспортных механизмов.
50. Преимущества от использования современной унифицированной тары.
51. Исследование проблем управления запасами на предприятии.
52. Разработка и совершенствование товарной политики фирм.
53. Пути оптимизации запасов на предприятии.
54. Выбор оптимальной системы управления запасов на предприятии.
55. Создание и развитие логистических информационных систем.
56. Совершенствование управления информационной системой с обратной связью в логистической системе.
57. Разработка мероприятий по оценке функционирования логистики.
58. Оценка риска в логистической системе.
59. Выбор торговых посредников и оценка их деятельности.
64. Совершенствование контроля деятельности каналов распределения продукции и услуг.
60. Проведение анализа качества снабжения предприятия ресурсами.
61. Определение потребностей предприятия в ресурсах.
62. Определение метода закупок ресурсов.
63. Определение влияния выбора поставщика ресурсов на распределение готовой продукции предприятия.
64. Выбор поставщика ресурсов на предприятие.
65. Определение эффективности от внедрения и использования современных концепций управления логистическими системами.

