Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

УТВЕРЖДЕНО
И.о. директора
А.И. Медведев

Электронная подпись

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

Менеджмент организации
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ
междисциплинарного типа

Б1.В.08 Управление бизнесом
(код и наименование РПД)

38.04.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки)

Очная, заочная
(формы обучения)

Год набора - 2023

Хабаровск, 2023 г.

Авторы-составители:

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и государственного управления Мазанкова Т. В.

доцент кафедры менеджмента и государственного управления, кандидат экономических наук, Басова С.Н.

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления Т.А. Торопова

ст.преподаватель кафедры менеджмента и государственного управления Е. В. Пименова

завкафедрой

менеджмента и государственного управления кандидат социологических наук, доцент Н.П. Сидорова

РП модуля Управление бизнесом одобрена на заседании кафедры менеджмента и государственного управления

Протокол от «22» мая 2023 г. № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
2. Объем и место модуля в структуре образовательной программы 5
3. Содержание и структура модуля 5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплинам модуля 11
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по модулю 56
6. Методические материалы по освоению модуля 63
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" 70
7.1. Основная литература 70
7.2. Дополнительная литература 71
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация 71
7.4. Интернет-ресурсы 72
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы 73

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Модуль Б1.В.08 Управление бизнесом обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции
ПКс-1	способен выявлять данные, необходимые для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления; осуществлять сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации: отчетности организаций различных форм собственности, ведомств и т.д., баз данных, журналов, и др., анализ и обработку этих данных
ПКр-2	способен разрабатывать стратегию развития бизнеса, находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса и обеспечивать их реализацию

1.2. В результате освоения Модуля Б1.В.08 Управление бизнесом у обучающихся должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
Специалист по внутреннему контролю (внутренний контролер)/ Проведение мониторинга устранения менеджментом выявленных нарушений, недостатков и рисков (A/03.5)[1]	ПКс-1.1 ПКс-1.2	на уровне умений: – проводить стратегический анализ поведения экономических агентов, и рынков во внешней среде
		на уровне навыков: - владение приёмами проведения стратегического анализа поведения экономических агентов, и рынков
		на уровне умений: – осуществлять сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации
	ПКр-2.1 ПКр-2.2	на уровне знаний : - знание основных подходов в области бизнес-планирования; суть управленческих проблем, функций и процессов
		на уровне умений : - умение разрабатывать стратегию развития бизнеса, находить и оценивать новые рыночные возможности
		на уровне навыков: - навыки анализа внешней среды, разработки и реализации бизнес-планов

1.3. Последовательность освоения компонентов компетенции в структуре модуля

Наименование дисциплины в структуре модуля	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
Правовые основы управления	ПКс-1.1	Формирование способности использовать основные методы экономического и стратегического анализа для выявления

[1] Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 22.04.2015 № 236н «Об утверждении профессионального стандарта Специалист по внутреннему контролю (внутренний контролер)

		данных, необходимых для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления
Внешняя среда бизнеса	ПКс-1.2	Формирование способности осуществлять сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации
Экономика и управление организацией	ПКр-2.1	Формирование способности к пониманию сферы разработки корпоративной стратегии, программ организационного развития и изменений
Менеджмент организации	ПКр-2.2	Формирование способности проводить системный анализ каждой из имеющихся стратегий, выявлять наиболее приоритетные стратегии

2. Объем и место модуля в структуре ОП ВО

Общая трудоемкость Модуля Б1.В.08 Управление бизнесом по учебному плану составляет 11 зачетных единицы; 396 акад. часов.

Для студентов очной формы обучения количество часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – лекции – 34 ак / 25,5 астр. часов; на практическую подготовку – 84 ак / 63 астр. часов; на самостоятельную работу обучающихся – 206 ак./154,5 астр. часа.

Для студентов заочной формы обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – лекции – 18 ак./ 13,5 акстр. часов; на практическую подготовку – 40 ак / 30 астр. часов; на самостоятельную работу обучающихся – 303 ак/ 227,25 астр часа., 35 ак./ 26,5 акстр. Часов – на контроль.

Дисциплины модуля изучаются студентами очной формы обучения на первом курсе в 1 и 2 семестрах, студентами заочной формы обучения на первом и втором курсах в 1,2,3 семестрах

3. Содержание и структура модуля

3.1. Структура модуля

Очная форма обучения

№ п/п	**Наименование тем и/или разделов**	**Объем модуля, час.**						**Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	**Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий**				**СРО**	
			Л/ ДОТ	**ЛР/ ДОТ**	**ПЗ/ ДОТ**	**КСР**		
Б1.В.08.01 Правовые основы управления								
Тема 1	Российская правовая среда и ее место в мировой правовой матрице	18	2		6		10	О
Тема 2	Правовые личности и их Виды	18	2		6		10	О
Тема 3	Объекты в праве и вещные права на них	18	2		6		10	О, Р
Тема 4	Сделки и другие обязательства	18	2		6		10	О, Р
Всего по дисциплине Б1.В.08.01 Правовые основы управления		**72**	**8**		**24**		**40**	**зачет с использованием ДОТ**
Б1.В.08.02 Внешняя среда бизнеса								
Тема 1	Внешняя среда: понятие, свойства, элементы бизнеса,	15	2		4		9	О, Т, СЗ, КС

	уровни, методы анализа							
Тема 2	Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации	15	2		4		9	О, КС, К, Т
Тема 3	Ключевые мега-тренды в глобальной среде	15	2		4		9	О, КС, СЗ, К
Тема 4	Циклы в глобальной и национальной экономике	14	1		4		9	О, КС, СЗ, Т, К
Тема 5	Методы прогнозирования изменения внешней среды	13	1		4		8	О, КС, К, ДИ
Всего по дисциплине Б1.В.08.02 Внешняя среда бизнеса		**72**	**8**		**20**		**44**	**зачет с использованием ДОТ**
Б1.В.08.03 Экономика и управление организацией								
Тема 1	Организация (предприятие) как хозяйствующий субъект и объект управления	22	2		2	-	11	О, СЗ
Тема 2	Основные и оборотные средства организации	28	2		6	-	11	О, РЗ
Тема 3	Экономические показатели деятельности организации	32	2		8	-	11	О, РЗ
Тема 4	Управление организацией	26	2		4	-	11	Р, Т
Всего по дисциплине Б1.В.08.03 Экономика и управление организацией		**108**	**8**		**20**		**44**	**экзамен с использованием ДОТ**
Б1.В.08.04 Менеджмент организации								
Тема 1	Введение в менеджмент организации. Общая характеристика, предмет курса	8	2		4	-	7	О
Тема 2	Формы интеграции организаций	20	2		2	-	7	О, Р
Тема 3	Организационное проектирование	20	1		3	-	7	О
Тема 4	Структурный подход к управлению организацией	20	2		3	-	7	О, СЗ
Тема 5	Адаптация организации к рынку	20	2		5	-	7	О, СЗ, Р
Тема 6	Перспективные направления развития организаций	20	1		3	-	7	О, Э
Всего по дисциплине Б1.В.08.04 Менеджмент организации		**108**	**10**		**20**		**42**	**экзамен с использованием ДОТ**
Промежуточная аттестация по модулю		**36**					**36**	**Курсовая работа**
Всего по модулю:		**396**	**34**		**84**		**206**	

*Примечание: * опрос (О), реферат (Р), опорный конспект (ОК), тестирование (Т), практическое задание (ПЗ), ситуационное задание (СЗ), Круглый стол (КС), Дискуссия (ДИ), кейс (К),расчетное задание (РЗ), эссэ (Э).*

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем модуля, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ	КСР		
Б1.В.08.01 Правовые основы управления								
Тема 1	Российская правовая среда и ее место в мировой правовой матрице	18	1		1		10	О
Тема 2	Правовые личности и их Виды	18	1		1		5	О
Тема 3	Объекты в праве и вещные права на них	18	1		4		10	О, Р
Тема 4	Сделки и другие обязательства	18	1		4		5	О, Р
Всего по дисциплине Б1.В.08.01 Правовые основы управления		**72**	**4**		**10**		**54**	**зачет с использованием ДОТ**
Б1.В.08.02 Внешняя среда бизнеса								
Тема 1	Внешняя среда: понятие, свойства, элементы бизнеса, уровни, методы анализа	15	0,5		1		12	О, Т, СЗ, КС
Тема 2	Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации	15	0,5		1		12	О, КС, К, Т
Тема 3	Ключевые мега-тренды в глобальной среде	15	1		1		12	О, КС, СЗ, К, ОК
Тема 4	Циклы в глобальной и национальной экономике	14	1		1		11	О, КС, СЗ, Т, К, ОК
Тема 5	Методы прогнозирования изменения внешней среды	13	1		2		11	О, КС, К, ДИ
Всего по дисциплине Б1.В.08.02 Внешняя среда бизнеса		**72**	**4**		**6**		**58**	зачет с использованием ДОТ
Б1.В.08.03 Экономика и управление организацией								
Тема 1	Организация (предприятие) как хозяйствующий субъект и объект управления	23	1	-	2	-	11	О, СЗ
Тема 2	Основные и оборотные средства организации	25	1	-	2	-	11	О, РЗ

Тема 3	Экономические показатели деятельности организации	24	1	-	2	-	11	О, РЗ
Тема 4	Управление организацией	27	1	-	4	-	11	Р, Т
Всего по дисциплине Б1.В.08.03 Экономика и управление организацией		**108**	**4**	**-**	**10**		**85**	экзамен с использованием ДОТ
Б1.В.08.04 Менеджмент организации								
Тема 1	Введение в менеджмент организации. Общая характеристика, предмет курса	8	1	-	2	-	12	О
Тема 2	Формы интеграции организаций	20	1	-	2	-	13	О, Р
Тема 3	Организационное проектирование	20	1	-	2	-	13	О
Тема 4	Структурный подход к управлению организацией	20	1	-	3	-	15	О, СЗ
Тема 5	Адаптация организации к рынку	20	1	-	2	-	13	О, СЗ, Р
Тема 6	Перспективные направления развития организаций	20	1	-	4	-	13	О, Э
Всего по дисциплине Б1.В.08.04 Менеджмент организации		**108**	**6**		**14**		**79**	экзамен с использованием ДОТ
Промежуточная аттестация по модулю		**36**					**27**	Курсовая работа
Всего по модулю:		**396**	**18**		**40**		**303**	

*Примечание: * опрос (О), реферат (Р), опорный конспект (ОК), тестирование (Т), практическое задание (ПЗ), ситуационное задание (СЗ), Круглый стол (КС), Дискуссия (ДИ), кейс (К),расчетное задание (РЗ), эссэ (Э).*

3.2. Содержание модуля

Содержание дисциплины Б1.В.08.01 Правовые основы управления

Тема 1. Российская правовая среда и ее место в мировой правовой матрице

Отличие права от иных регулятивных систем социума (религия, нравственность, мораль,корпоративныенормыит.д.).Системаправаисистемазаконодательства.Структура законодательства и других источников права. Правонарушения, их виды; состав правонарушения.

Мировая правовая матрица и ее религиозная основа. Христианское (римское) право, какосновасовременногоглобализационногопроекта.Англосаксонскоеиромано-германское право, как ветви римского правопорядка. Право мусульманских, индуистских, буддистских, иудейских и прочих народов. Правопреемство Российской Федерации от СССР и РСФСР, но не от Российской Империи.

Тема 2. Правовые личности и их виды

Личность как акторы правовой среды. Физические и юридические лица, их государственная (национальная) принадлежность. Государство и его административно-территориальное устроение. Высшие государственные органы Российской Федерации.

Тема 3. Объекты в праве и вещные права на них

Виды объектов в зависимости от оборотоспособности. Виды объектов в зависимости от конкретных юридических свойств (недвижимые и движимые объекты и т.д.).

Правовая статика. Вещи и права на них. Собственность, пожизненное наследуемое

владение, бессрочное пользование, хозяйственное ведение, оперативное управление, сервитуты, доверительное управление и т.д.

Тема 4. Сделки и другие обязательства

Правовая динамика. Обязательства и их виды. Сделки как сердцевина обязательственных отношений. Односторонние и многосторонние сделки. Обязательства из причинения вреда.

Содержание дисциплины Б1.В.08.02 Внешняя среда бизнеса

Тема 1. Внешняя среда: понятие, свойства, элементы бизнеса, уровни, методы анализа

Элементы внешней среды бизнеса, их характеристики, среда прямого и косвенного действия. Макроэкономическая и институциональная среда. Основные факторы макроэкономической среды бизнеса.

Ключевое значение внешней среды и ее постоянных изменений как источника угроз и возможностей для бизнеса. Примеры изменений, приведших к возникновению или исчезновению крупнейших мировых компаний.

Стейкхолдеры, их виды, взаимное влияние бизнеса и заинтересованных лиц.

Модель PESTLE и ее варианты как матрица систематического анализа влияния окружающей среды на текущую деятельность и стратегические решения бизнеса.

SWOT-анализ, SWN-анализ, метод составления матрицы угроз и возможностей внешней среды ETOM.

Тема 2. Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации

Выявление трендов и его использование в применении к различным отраслям и размерам бизнеса.

Источники лучших практик. Бенчмаркинг. Технологии поиска, выявления и внедрения лучших практик. Ограничения использования выявления трендов и лучших практик и типичные ошибки.

Тема 3. Ключевые мега-тренды в глобальной среде

Наиболее значимые мега-тренды, влияющие на развитие бизнеса. IT трансформация, искусственный интеллект, Uber-like платформы, автоматизация бизнес-процессов, технологии анализа данных, блок чейн технологии, роботизация, технологии 3D печати, старение населения в развитых странах, новый средний класс в Китае, Индии и других развивающихся странах. Мега-тренды и их последствия в XX и XIX вв.

Тема 4. Циклы в глобальной и национальной экономике

Длинные циклы экономической активности на уровне глобальной и национальной экономики: фазы роста, кризисы, рецессии, стагфляция, инфляция. Отраслевые циклы и их значение для бизнеса.

Тема 5. Методы прогнозирования изменения внешней среды

Основы и история сценарного планирования. Наиболее известные кейсы успешного использования сценарного планирования. Область применимости и типичные ошибки сценарного планирования.

Анализ современных технологий совместного (коллаборативного) экспертного прогнозирования будущего. Понятие «черных лебедей» и вопрос о предсказуемости трендов.

Содержание дисциплины Б1.В.08.03 Экономика и управление организацией

1. Организация (предприятие) как хозяйствующий субъект и объект управления

Понятие, содержание, классификация предпринимательской деятельности. Характеристика производственного процесса. Типы производства. Производственный цикл.

Производственный процесс. Формы организации производства. Понятие организаций. Характеристики организаций. Принципы функционирования организаций. Экономические ресурсы как условие создания и функционирования организаций. Виды организаций. Классификация организаций. Организационно-правовые формы организаций. Механизм функционирования организации в условиях рыночной экономики.

*- 2 часа занятий лекционного типа проводится в интерактивной форме – мини-дискуссия по обсуждению экономических интересов разных субъектов предпринимательской деятельности, при использовании ДОТ – обсуждение экономических интересов разных субъектов предпринимательской деятельности в форуме или чате.

2. Основные и оборотные средства организации

Хозяйственные средства организации: экономическое содержание и структура. Баланс предприятия как обобщающая характеристика хозяйственных средств. Понятие, значение, классификация основных фондов. Основные производственные фонды. Оценка основных фондов. Физический и моральный износ. Износ и амортизация основных фондов. Показатели состояния и движения основных фондов. Воспроизводство основных фондов. Состав и структура оборотного капитала, его роль в процессе производства. Оборотные средства. Оборотные фонды. Оборачиваемость оборотных средств. Показатели состояния и движения оборотных средств.

3. Экономические показатели деятельности организации

Понятие и виды доходов организации. Понятие и виды расходов организации. Себестоимость продукции. Классификация расходов, включаемых в себестоимость продукции. Управление доходами и расходами на предприятии. Планирование себестоимости продукции. Калькуляция себестоимости единицы продукции. Экономическая сущность, значение, виды доходов и прибыли. Управление прибылью организации. Понятие и показатели рентабельности. Оценка эффективности использования экономических ресурсов. Сущность и основные показатели эффективности деятельности организации.

4. Управление организацией

Сущность управления организацией. Управляющая и управляемая системы в организации. Функции управления организацией. Научные подходы к управлению организацией. Методы управления организацией. Экономические основы управления организацией. Экономические ресурсы в управлении организацией, цели и средства привлечения, сочетания и использования экономических ресурсов. Результат деятельности организацией как цель управления.

Содержание дисциплины Б1.В.08.04 Менеджмент организации

Тема 1 Введение в менеджмент организации. Общая характеристика, предмет курса

Организация и менеджмент. Позиция управления внутри организации. Характеристика менеджмента как науки управления. Организационно-распорядительные методы менеджмента, их сущность и область применения. Социально-психологические методы менеджмента, их специфичность. Важнейшие особенности экономико-статистических методов менеджмента.

Тема 2 Формы интеграции организаций

Общемировые тенденции организационного развития корпоративных структур. Основные черты корпорации как организационной формы интеграции предприятий. Преимущества холдинга перед другими формами контроля над компаниями. Назначение консорциумов, их особенности. Особенности структуры конгломератов и их управления. Отличия многонациональных, глобальных, международных и транснациональных корпораций.

Тема 3 Организационное проектирование

Основа методологии организационного проектирования. Системный подход при организационном проектировании. Стадии процесса организационного проектирования, их

содержание. Методы организационного проектирования, их практическое использование. Критерии оценки эффективности организационных решений. Этапы анализа стратегии используются при разработке и совершенствовании организационной структуры. Характеристика этапов процесса реорганизации.

Тема 4 Структурный подход к управлению организацией

Содержание департаментализации и ее виды. Взаимосвязь и противоречие между децентрализацией управления и контролем управленческих решений. Различия в организационных структурах традиционных и предпринимательских организаций. Основные принципы групповой работы.

Тема 5 Адаптация организации к рынку

Внешняя среда организации и ее влияние на ее структуру, степень централизации и децентрализации управления. Влияние изменение форм собственности на организационную структуру. Рыночные механизмы и их влияние на организационную структуру предприятия. Общемировые тенденции организационного развития корпоративных структур.

Тема 6 Перспективные направления развития организаций

Сущность и значение организаций с «внутренними рынками». Сущность основных свойств организаций будущего. Особенности внутренних и внешних сетей. Функции центральной фирмы в условиях сетевой структуры. Особенности и механизм функционирования виртуальной организации.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплинам модуля

4.1. В ходе реализации дисциплин используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости в аудитории	Методы текущего контроля успеваемости с применением ДОТ
Б1.В.08.01 Правовые основы управления		
Российская правовая среда и ее место в мировой правовой матрице	О	О
Правовые личности и их Виды	О	О
Объекты в праве и вещные права на них	О, Р	О, Р
Сделки и другие обязательства	О, Р	О, Р
Б1.В.08.02 Внешняя среда бизнеса		
Внешняя среда: понятие, свойства, элементы бизнеса, уровни, методы анализа	О, Т, СЗ, КС	О, Т, СЗ, КС
Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации	О, КС, К, Т	О, КС, К, Т
Ключевые мега-тренды в глобальной среде	О, КС, СЗ, К, ОК	О, КС, СЗ, К, ОК
Циклы в глобальной и национальной экономике	О, КС, СЗ, Т, К, ОК	О, КС, СЗ, Т, К, ОК
Методы прогнозирования изменения внешней среды	О, КС, К, ДИ	О, КС, К, ДИ
Б1.В.08.03 Экономика и управление организацией		
Организация (предприятие) как хозяйствующий субъект и объект управления	О, СЗ	О, СЗ
Основные и оборотные средства организации	О, РЗ	О, РЗ
Экономические показатели деятельности организации	О, РЗ	О, РЗ
Управление организацией	Р, Т	Р, Т
Б1.В.08.04 Менеджмент организации		

Введение в менеджмент организации. Общая характеристика, предмет курса	О	О
Формы интеграции организаций	О, Р	О, Р
Организационное проектирование	О	О
Структурный подход к управлению организацией	О, СЗ	О, СЗ
Адаптация организации к рынку	О, СЗ, Р	О, СЗ, Р
Перспективные направления развития организаций	О, Э	О, Э

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся по Б1.В.08.01 Правовые основы управления

Типовые вопросы для опроса по темам дисциплины:

1. К какой из мировых правовых систем формально относится право Российской Федерации?
2. Какой нормативный правовой акт не является федеральным?
3. К какой ветви власти согласно Конституции Российской Федерации относится Генеральная прокуратура?
4. Что не входит в основной состав правонарушения?
5. Кто не может являться субъектом предпринимательской деятельности?
6. Что не является обособленным подразделением юридического лица?
7. Что не является юридическим лицом?
8. Какое юридическое лицо не является коммерческим?
9. Какие объекты ограничены в гражданском обороте?
10. Какие объекты полностью изъяты из гражданского оборота?
11. Что не является недвижимостью?
12. Что не является вещным правом?
13. Что не является принудительным прекращением права собственности?
14. Какие виды обязательств не являются сделками?
15. Что не является простой письменной формой сделки?
16. Что не может быть предметом договора аренды?
17. Что не является видом транспортного договора?
18. Что не является видом безналичных расчетов?
19. Что не может быть предметом договора страхования?
20. Какой посреднический договор имеет своей стороной принципала?

Типовая тематика рефератов

1. Понятие и признаки предпринимательской деятельности.
2. Хозяйственные правоотношения.
3. Формы и методы регулирования предпринимательской деятельности.
4. Соотношение предпринимательского, конституционного, административного, гражданского, коммерческого и иных отраслей права.
5. Принципы предпринимательского права.
6. Понятие и содержание отношений, регулируемых предпринимательским правом.
7. Предмет, метод и основные представители науки предпринимательского права.
8. Понятие и виды источников предпринимательского права.
9. Конституционные основы предпринимательской деятельности.
10. Особенности применения источников предпринимательского права.
11. Применение аналогии закона и аналогии права в отношениях, регулируемых предпринимательским правом. Значение «ИНКОТЕРМС».
12. Применение норм иностранного права в предпринимательских отношениях.
13. Право на занятие предпринимательской деятельностью: основания возникновения и способы осуществления этого права.
14. Ограничения права на занятие предпринимательской деятельностью.
15. Основания и виды ответственности предпринимателей за ненадлежащее

осуществление своих прав и исполнение обязанностей.
16. Имущество как основа предпринимательской деятельности. Собственность, иные вещные права и предпринимательство.
17. Аренда имущества хозяйствующими субъектами. Нормативная база. Порядок перевода жилого фонда вне жилой.
18. Правовой режим основных средств.
19. Правовой режим оборотных средств.
20. Правовой режим нематериальных активов.
21. Правовой режим уставного (складочного)капитала.
22. Обращение взыскания на имущество субъектов предпринимательской деятельности.
23. Понятие и виды субъектов предпринимательской деятельности.

Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся по Б1.В.08.02 Внешняя среда бизнеса

Типовые оценочные материалы по теме 1 Внешняя среда: понятие, свойства, элементы бизнеса, уровни, методы анализа

Типовые вопросы для подготовки к опросу:

1. Что такое внешняя среда бизнеса?
2. Как проявляется процесс взаимодействия внешней среды и бизнеса?
3. Почему выделяют различные уровни внешней среды?
4. Дайте характеристику основных факторов мегасреды.
5. В чем отличие мега- и макроуровней?
6. Что такое мезоуровень?
7. Какое влияние на бизнес оказывает микроуровень?
8. Охарактеризуйте основные свойства внешней среды бизнеса.
9. Какую версию анализа внешней среды расширяет Модель PESTLE?
10. Какова основная цель анализа трендов внешней среды компании?
11. В каких случаях используют PESTLE-анализ?
12. Как PESTLE-анализ может быть использован в сочетании с другими инструментами стратегии?
13. Какая основная задача PESTLE-анализа?
14. Каковы преимущества и недостатки PESTLE-анализа?
15. В чем назначение SWOT-анализа?
16. Чем отличаются STEP-анализ и PEST-анализ?
17. Охарактеризуйте метод SWN-анализа.
18. В чем заключается метод составления матрицы угроз и возможностей внешней среды ETOM?
19. В каком случае целесообразно применять метод составления профиля среды?

Типовое задание по опорному конспекту

конспектирование лекционного материала по теме, размещенного преподавателем на образовательном портале: традиционным способом, посредством составления блок-схемы или разработки ментальной карты.

Типовые темы для проведения Круглого стола (дискуссии)

1. Институциональные инновации как форма институциональных изменений.
2. Институты и их роль в экономике.
3. Взаимосвязь субъектов и объектов институциональных изменений.
4. Этапы жизненного цикла институтов.
5. Причины институциональных изменений (Т. Веблен, Й. Шумпетер, Д. Норт).

6. Дискретные и непрерывные институциональные изменения.
7. Концепция институциональных изменений (Д. Норт, А. Шаститко, В. Тамбовцев).
8. Импорт институтов в российской экономике.
9. Влияние глобализации функционирования и развития институтов.
10. Импорт институтов на макро- и микроуровне.
11. Стратегический анализ клиентской базы: пошаговое руководство, пример.
12. Конкурентный анализ: пошаговое руководство, пример.
13. Прочие методы анализа внешней среды: метод матрицы угроз и возможностей внешней среды ETOM и метод составления профиля среды: пошаговое руководство, пример.
14. Стейкхолдеры, их виды, взаимное влияние бизнеса и заинтересованных сторон, методы анализа.

Типовое ситуационное (практическое) задание:

Задание 1. Еще 15-20 лет назад российских фирм, торгующих компьютерами, было немного. Сегодня этих фирм огромное количество, и очень известных, и не очень. На конкурентоспособность организаций российского компьютерного рынка влияют следующие параметры: известность фирмы, стабильность и стаж работы, надежность и цена выпускаемой продукции и комплектующих изделий, квалификация персонала и рекламная стратегия фирм. Основные этапы оценки конкурентоспособности данных фирм и выпускаемых товаров: -формирование основных параметров; -определение уровней конкурентоспособности; -построение матрицы оценки компьютерных фирм; -оценка конкурентоспособности фирм и выпускаемых товаров.

Вопросы:

1.Какие факторы внешней и внутренней среды влияют на деятельность данных фирм?

2.Охарактеризуйте основные методы подбора персонала для данных организаций?

3.Какие аспекты управления организацией можно отнести к стратегическим, а какие к тактическим?

Задание 2. Дайте характеристику первого уровня внешней среды международного бизнеса: национальное законодательство, регулирующее внешнюю торговлю; национальный инвестиционный климат; национальные конкуренты, осваивающие зарубежные рынки; особенности национального рынка, в том числе данные о доступности ресурсов.

Задание 3. Дайте характеристику второго уровня внешней среды международного бизнеса: законодательство, регламентирующее международное экономическое сотрудничество (ГАТТ / ВТО, ИНКОТЕРМС, КОТИФ и др.); конкурентная среда; мировой рынок, его ресурсы.

Задание 4. Охарактеризуйте особенности анализа внешней среды в российских условиях: оценка рынков, технологий, экспорта.

Задание 5. Проведите СТЭП-анализ внешнего окружения компании ОАО «МТС» (на период по которому представлены данные), выделив группы социальных, экономических, технологических и политических факторов, влияющих на деятельность компании, дайте им оценку.

Информация для анализа. Компания ОАО «Мобильные ТелеСистемы» образована в октябре 1993 года.

Торговая марка «МТС» — одна из двух российских марок (наряду с «Билайном»), вошедших в список 100 крупнейших мировых торговых марок, составленный в апреле 2009 года британской газетой Financial Times и занявших в нём 71-е место.

Крупнейшие конкуренты: «Вымпелком» (бренд «Билайн»), «Мегафон», «Теле2».

Компания «МТС» работает в России (имеются лицензии на оказание услуг связи в стандарте GSM в 82 регионах страны), Туркменистане, Узбекистане, на Украине и в Белоруссии. Также у компании имеются лицензии на оказание услуг фиксированной связи в 48 субъектах федерации. Компания «МТС» имеет свой узнаваемый логотип, что значительно повышает ее конкурентоспособность. Узнаваемость торговой марки компании постоянно растет.

Строительство новых дорог и направлений дает возможность установки все больших станций связи компании. По данным Международного союза электросвязи, за последние 6 лет наиболее распространённой технологией коммуникации стала сотовая связь – ею пользуются втрое чаще, чем проводной. Согласно отчётам МСЭ, в конце 2008 года 60% людей на планете пользовались мобильным телефоном, тогда как в 2002-м их насчитывалось лишь 12%. По охвату населения услугами мобильной связи Россия не отстает от наиболее развитых рынков Европы. Причём если зарубежным странам понадобилось до выхода на имеющийся уровень развития 5-6 лет, то РФ достигла его всего за 2 года.

До недавнего времени политическая ситуация в России была крайне нестабильной. Но в последние несколько лет в связи с оживлением российской экономики постепенно происходит стабилизация политической ситуации, что дает возможность предприятиям прогнозировать изменения. Значительно уменьшилась вероятность риска несения убытков из-за нестабильной политической ситуации, но сохраняется высокий уровень коррупции и преступности в целом по стране.

К факторам риска следует отнести колебание покупательской способности рубля по отношению к курсу доллара и евро.

На российском рынке труда уровень трудовой дисциплины оценивается как средний. Наблюдается положительная тенденция в стремлении граждан получить высшее образование. Приток молодых специалистов, с легкостью осваивающих новые технологии, создает кадровые резервы для компаний. На рынке сотовой связи поддерживается средняя заработная плата и высокая производительность труда. На российском рынке также существует проблема большой текучести кадров, что затрудняет поддержку постоянства кадров компании. Очевидно, что необходимо улучшать условия труда и быта для работников компании, совершенствовать систему стимулирования.

В 2008 г., по данным Росстата, рост индекса потребительских цен составил 13,3% и впервые с 1999 года снизился выпуск продукции и услуг. В 2009 г. инфляция составила 8.8%.

В технологическом плане на рынке сотовой связи существует возможность использования конкурентами современных технологий, позволяющих занять практически равное положение по ассортименту услуг и уровню затрат. В 2007 г. «МегаФон» сдал в эксплуатацию первый в России фрагмент сети стандарта IMT-2000/UMTS (3G) на территории Санкт-Петербурга и части Ленинградской области. В 2008 г. компания сотовой связи «Акос» ввела в коммерческую эксплуатацию технологии EDGE в г. Владивостоке, г. Находке, г. Лесозаводске, г. Дальнегорске, г. Дальнереченске, г. Фокино, г. Большой Камень, г. Спасск Дальний.

Существуют благоприятные прогнозы на рынке сотовой связи для вложения инвестиций в усовершенствование предоставляемых услуг, улучшение качества связи и модернизацию оборудования.

В целом в настоящее время рынок сотовой связи находится в благоприятном состоянии. К 2013 году прогнозируют прирост годового дохода операторов Центральной и Восточной Европы на 30% до $77 млрд.

Задание 6. В теории стратегического управления существует множество ключевых факторов успеха, которые основаны на организации, закупках, доставке, инновациях, дизайне, качестве, маркетинге, потребительских свойствах товара, репутации, гибкости, скорости изменений и т.д.

1) Проанализируйте деятельность компаний Coca-Cola и McDonalds и определите их ключевые факторы успеха.

2) Существуют ли общие для этих компаний ключевые факторы успеха?

3) Сформулируйте ваше видение корпоративной стратегии для каждой из компаний

Информация для анализа.

Coca-Cola Company – крупнейший мировой производитель и поставщик безалкогольных напитков. На данный момент существует около 200 видов напитков, которые производит компания Кока-Кола. Но трем из них принадлежит 80% от всего мирового объема продаж — это Кока-Кола, Фанта и Спрайт.

В мире выпускается около 70 сортов Фанты с разнообразнейший вкусами. Кока-Колы существует 8 видов. Компания Кока-Кола старается удовлетворить вкусы всех потребителей - она выпускает и высококалорийные напитки, обогащенные минеральными веществами - Аквариус, 100+. А еще компания Кока-Кола выпускает 12 видов натуральных соков, которые называются Minute Maid. Совместно с компанией Nestle выпускается холодный чай Nestea и холодный кофе Nescafe.

На сегодняшний день товарный знак «Кока-Кола» является наиболее известным товарным знаком в мире, а компания Кока-Кола – известнейшей компанией на Земле. Торговую марку Кока-Колы знают 98 % всего населения земного шара. «Кока-Кола» продается почти в 200 странах мира. Каждый день во всем мире продается около 1 миллиарда единиц продукции Компании.

McDonald's Corporation – американская корпорация, крупнейшая в мире сеть ресторанов быстрого питания. Под торговой маркой McDonald's на середину июня 2009 года работало 32 060 ресторанов в 118 странах мира (в том числе около 14 тысяч из них расположены в США). Из них значительная часть управлялось по франчайзингу, поэтому ассортимент ресторанов, размер и состав порций может сильно различаться в разных странах.

В целях обеспечения населения государства, в котором работают рестораны сети, рабочими местами, принципиальной доктриной компании «Макдоналдс» является приоритетное использование местных продуктов. В процентном соотношении количественный состав местных продуктов колеблется в пределах между 70 и 85 %, в зависимости от определенной страны.

Одним из наиболее развивающихся проектов компании в последнее время стала сеть кофеен «McCafé»9

Задание 7. Проведите SWOT-анализ компании ОАО «Российские железные дороги» и сделайте выводы по его итогам.

ОАО «Российские железные дороги» - крупнейший работодатель России. ОАО «РЖД» является 100%-ной государственной компанией. РЖД принадлежит значительная часть железных дорог России (в национальных масштабах протяженность дорог достигает 85 194 км), 20 003 локомотива и 617 022 грузовых вагонов всех типов.

Группа также контролирует ряд дочерних предприятий, работающих в смежных областях (производство локомотивов, строительство, финансирование инфраструктуры).

Согласно последним планам правительства по развитию транспортной системы, инвестиции в железнодорожную отрасль на период до 2030 г. должны составить 11.5-13.8 трлн. руб.; приток капиталовложений имеет решающее значение после многих лет хронического недофинансирования.

В краткосрочной перспективе ситуация для РЖД ухудшилась ввиду спада в экономике. Но даже в 2009 г. повышение тарифов (примерно на 12% в годовом сопоставлении в сегментах грузовых перевозок и пассажирских перевозок дальнего следования) в некоторой степени компенсировало падение грузооборота на 15% и объема пассажирских перевозок на 13%.

Более отдаленные перспективы РЖД финансовым аналитикам представляются отличными. Они видят предпосылки для мощного структурного роста за счет увеличения степени покрытия и большей доступности железных дорог (благодаря притоку инвестиций), наращивания контейнерных перевозок и повышения доли в торговле между Европой и Азией.

Конкуренция на рынке пассажирских перевозок пока находится в зачаточном состоянии. В 2008 г. только 473 тыс. пассажиров воспользовались услугами частных операторов, что на 4% ниже показателя предыдущего года. Отметим, что указанное количество пассажиров составило менее 0.5% совокупной емкости рынка, на котором лидерство остается за РЖД. Парк пассажирских вагонов РЖД сильно отличается от западных стандартов, поскольку до сих пор в нем преобладают купейные и плацкартные вагоны дальнего следования.

Одной из основных проблем компании является физическое состояние железнодорожной инфраструктуры, в настоящее время данный комплекс работает практически на пределе своих возможностей: степень износа грузовых вагонов РЖД превышает 85%, пассажирских – порядка 75%, а в целом железнодорожной инфраструктуры – 55%.

Доступность железных дорог также является довольно серьезной проблемой, ведь во многих российских регионах вообще нет железнодорожного сообщения. Сеть железных дорог в

России имеет схожую плотность с Канадой, однако российский железнодорожный комплекс играет существенно более важную роль для экономики страны (при этом дефицит мощностей в России достигает порядка 10%).

Прибыль компании определяется главным образом тремя факторами:

1. Объемы перевозок, которые напрямую зависят от темпов экономического развития и динамики доли рынка в сравнении с другими методами транспортировки и ситуацией в соседних странах.
2. Тарифы. Согласно расчетам, 55% выручки группа получает за счет взимание платы за использование инфраструктуры, еще 30% приносит предоставление локомотивов, а 15% – вагонов;
3. Затраты. За последние три года группа достигла заметного прогресса в деле повышения эффективности и производительности, однако по-прежнему не достигает международных стандартов. Отношение выручки к численности персонала в 4-15 раз ниже, чем в Северной Америке, а значит, остается значительный потенциал улучшения показателей рентабельности.

Прибыль компании зависит, прежде всего, от грузоперевозок.

Пассажирские перевозки за 2006-2009 г. приносили стабильные убытки.

Следует отметить, что пассажирские перевозки убыточны по всему миру. Но для ОАО «РЖД» данная проблема стоит не столь остро, поскольку вклад пассажирских перевозок в результаты деятельности компании незначителен.

Одной из ключевых проблем, с которыми сталкивается компания РЖД, является потребность в инвестициях. Компании необходимы средства для эффективной деятельности, повышения надежности и доступности сети железных дорог, а также поддержания действующей системы и увеличения подвижного состава. Успешная реализация компанией инвестиционной программы окажет заметное влияние на экономику России, поскольку 87% грузов в стране перевозится именно по железным дорогам (против 10-20% в Европе). Возможно, трудности для компании вызовет привлечение частного капитала, что является основной составляющей инвестиционной программы до 2030 г. Но в целом частно-государственное партнерство как с отечественными, так и с зарубежными партнерами открывает хорошие перспективы.

Типовое задание Кейс. Маркетинговая среда

У любителей активного отдыха есть причины сетовать на аномальную уральскую погоду – начало зимнего сезона задержалось на несколько недель. Однако в декабре горы наконец-то открываются. Это недешевое увлечение привлекает все больше желающих: по некоторым оценкам, число людей на трассах ежегодно удваивается. Соответственно растет и спрос на снаряжение. Специалисты говорят, что особенно заметно поднимаются продажи сноубордов. Горнолыжники все еще в большинстве, но бордеры в прямом и переносном смысле наступают им на пятки.

С началом сезона оживится и полемика между двумя группами любителей экстрима. На горе им выяснять отношения некогда, поэтому страсти в основном кипят в Интернете. На каждом спортивном форуме обязательно найдется провокатор, который начнет задирать лыжников. Более молодая (мировой дебют сноубординга состоялся на Олимпийских играх только в 1998 г.) и поэтому агрессивная культура активно демонстрирует себя и завоевывает новых поклонников. Но если вспомнить, то и горные лыжи были когда-то революционным спортом. А конкурировали они с лыжными гонками, которые культивировались у нас в прошлом – в редкой школе не проводили уроки физкультуры на лыжне. Например, мастер спорта по горным лыжам ЕКАТЕРИНА ВОГУЛКИНА, первая на Урале завоевавшая титул чемпиона СССР в этом виде спорта, начинала в свое время с беговых лыж: Эвакуированные во время войны ребята из Москвы, Ленинграда начали приобщать нас к горнолыжному спорту. А до тех пор горных лыж на Урале не было. Когда передо мной встал вопрос, куда пойти – в гонки или в слалом, я выбрала второе. Это гораздо интереснее, хотя бы потому, что скорости у горнолыжников совсем другие.

Массовое увлечение горными лыжами, по понятным причинам, началось не так давно. В первую очередь, из-за трудностей со снаряжением. По словами ВАЛЕРИЯ УЖЕНЦЕВА, заслуженного тренера СССР, раньше гоночный инвентарь в стране выпускало около 30 фабрик.

Горные лыжи делали только на Западной Украине, в г. Мукачево. А крепления к ним - в Ленинграде. Образцы продукции отечественных производителей качеством не отличались. Екатерина Вогулкина: Тогда у нас не было автоматических креплений. Лыжи привязывали к ноге ремнями, и из-за этого были страшные травмы. Если упал, в лучшем случае - перелом. Я так чуть не потеряла ногу. А многие спортсмены вообще остались инвалидами. Мест, где могли бы собраться любители лыж, тоже было немного, и предназначались они главным образом для спортсменов.

Горнолыжные комплексы и сейчас не очень успевают за спросом. Многие трассы требуют переоборудования и серьезных вложений. Например, на Ежовой, уступающей по популярности на Урале разве что курорту "Абзаково", первую трассу вырубили еще в 1973 г., первый подъемник появился в 1975 г. По словам директора Кировградского горнолыжного комплекса АЛЕКСАНДРА ПУПЫШЕВА, попытки поставить катание на Ежовой на коммерческую основу начались около пяти лет назад. В 1998 г. на горе установили несколько подъемников, в том числе – и кресельный. Уже два года работает система искусственного оснежения. Для удобства отдыхающих построили рестораны, кафе, открыли прокат лыж и снегоходов, санок, школу верховой езды. Но новичков на склоны приходит все больше – в выходные часто прокат не справляется, - признает Александр Пупышев.

Еще одна острая проблема, которая, кстати, усиливает противостояние горнолыжников и сноубордистов, – отсутствие отдельного места катания для досочников. О создании сноубордпарков заговорили во многих местных горнолыжных центрах: на той же Ежовой, на Пильной под Первоуральском. Ходили слухи, что сноубордпарк построят и на Уктусе. Идею организовать площадку для бордеров вынашивает и Уральская федерация экстремальных видов спорта. В парке им. Маяковского они хотят осуществить мечту екатеринбургских досочников – построить биг эйр в центре города. Александр Пупышев: Сноубордпарк – стандартный элемент горнолыжного комплекса. Но он предусматривает все-таки немаленькие инвестиции. А горнолыжный бизнес далеко не самый рентабельный. Может быть, поэтому он развивается не так быстро, как хотелось бы. Хорошо, если курорт круглогодичный. Но для этого нужен рядом водоем - чтобы летом были развлечения, связанные с водой. Таких мест у нас мало. Пока же основная тусовка сноубордистов собирается на горе Мотаиха (поселок Исеть). Если верить последним новостям, к январю первый специально оборудованный сноубордпарк откроется на Волчихе.

Спортивная подготовка

Дефицит благоустроенных мест для катания не останавливает неофитов – к радости продавцов спортинвентаря. Новичков, особенно сноубордистов, они считают очень перспективной аудиторией. ЮРИЙ ИВАНОВ, директор магазина "Евроспорт": Сноубординг явно набирает обороты – ежегодно продажи растут процентов на 30. А Финляндия в прошлом сезоне стала первой страной, где сноубордов было продано больше, чем горных лыж. Несмотря на то, что сноубординг считается традиционно молодежным видом спорта (средний возраст резидентов специализированного местного интернет-ресурса www.dozka.ru – около 20 лет), доску выбирают и люди более взрослые. Юрий Иванов: Тут какой парадокс – оборудование стоит дорого, и не всем молодым оно доступно. Самый слабенький комплект обойдется не меньше чем в 10 тысяч рублей, поэтому много покупателей в возрасте от 25 до 35 лет.

Впрочем, стоимость снаряжения отнюдь не решающий критерий для сомневающегося в выборе вида экстремального увлечения. Начинающий горнолыжник и сноубордист оставят в магазине примерно одинаковую сумму. Небольшая экскурсия по торговому залу "Норди" показала, что разброс цен на доски и лыжи в зависимости от уровня подготовки – начинающий, средний, экспертный или профессиональный – находится в пределах от 5 400 до 18 000 руб. Понятно, что продукция раскрученных марок – Rossignol, Salomon, Fischer, Atomic, Blizzard, Burton, A snowboards – может быть и гораздо выше.

Основной комплект снаряжения – лыжи, доски, ботинки, крепления. Как говорят специалисты, для начинающих оно более «мягкое» и идеально подходит, чтобы освоить технику. Попробовав на простом, понимаешь собственные возможности и определяешься со стилем катания – кого-то привлечет «целина», а кто-то будет весь день торчать на трамплинах. Первого комплекта хватает в лучшем случае на пару сезонов. Но к этому времени его захочется поменять

на более «жесткий вариант». Настоящие трюки и высокие скорости будут возможны только тогда.

Разумеется, лыжами (сноубордом), креплениями и ботинками не обойтись. Как правило, на гору не выходят без специального костюма. Брезентовая курточка – плохая защита от ветра и мороза, поэтому производители одежды стараются использовать новые материалы и технологии. Например, относительно недавно в лыжных куртках, брюках и комбинезонах появилась так называемая мембрана. Юрий Иванов: Мембрана – это тканевая прослойка или специальное напыление. Ее назначение – отводить влагу от тела во время движения и испарять ее через ткань. Самые дорогие мембраны Gortex (Paclite, XCR и пр.). Стоимость комплекта одежды в зависимости от бренда может варьироваться от $150 до $1000. Иностранные производители предусмотрели еще множество мелочей для поклонников активного отдыха на горе. Чтобы быть полностью "упакованным", можно докупать очки, термобелье, шлемы, специальные горнолыжные варежки, носки... Ассортимент этих товаров почти неисчерпаем, и некоторые любители с головой уходят в процесс подбора экипировки. ЕЛЕНА ЛЕНЧИЦКАЯ, директор агентства "Урал-Кадры": Есть такие лыжники - разоденутся, купят себе дорогущее снаряжение, поднимутся на гору и целый день там важно стоят. На сленге их называют "фазанами" или "павлинами".

Однако следует учесть обстоятельство вполне объективное: что-то из снаряжения постоянно ломается, и докупать вышедшие из строя элементы приходится то и дело. Альтернативным и более дешевым вариантом директор магазина "Норди" АЛЕКСАНДР МЕРЗЛЯКОВ считает прокат и рынок вторичного оборудования, правда, пока не очень организованный: Можно купить б/у комплект, закинув запрос на один из форумов сноубордических сайтов. Довольно много снаряжения продается через студенческие тусовки.

Соревнования культур

Для большинства людей посещающих доступные и не сложные склоны, лыжи или сноуборд – отличный способ оставаться в форме. К тому же способ модный. Под воздействием моды на лыжи встают и 50-летние. Особенно активно в последнее время "поехал" чиновничий аппарат. На гору ставят даже самых маленьких – в "Норди", например, специально завозят лыжи и доски для 3-летних. Но многих из тех, кто попадает на трассы случайно, за компанию, этот спорт захватывает всерьез. Недаром его называют "снежным наркотиком". Он способен радикально изменить отношение к жизни.

ЮЛИЯ МАРКЕЛОВА, дизайнер одежды, бренд Julia Dima: Я встала на сноуборд в прошлом году и полюбила зиму, чего раньше не было. Мы с друзьями объездили за тот сезон практически весь Урал – были даже в Кировске, в Мурманской области. А в этот Новый год собираемся в Алма-Ату, на Чембулак.

Среди тех, кто по-настоящему увлекся горами и спортом, попадаются люди разные, но у них есть и общие, "родовые" черты. ВАЛЕРИЙ СТОЛБОВ, председатель совета директоров группы компаний "ИКО": Я катаюсь на горных лыжах с 6 лет и 12 лет профессионально занимался этим видом спорта. Сейчас ездим с семьей практически каждую неделю. Все мои друзья тоже катаются на горе. И могу сказать, что это очень разноплановая и интересная аудитория. Но, во-первых, все они любят в меру острые ощущения – им интересно жить. А во-вторых, среди них я не встречал плохих, непорядочных людей. "Старожилу" горы не надо объяснять, что такой Белый кодекс - он живет по его принципам (не нанеси вреда, помоги другому). Рядом с ними и новички чувствуют себя комфортно. Елена Ленчицкая: Я на лыжах уже 15-й сезон и, хотя вполне пристойно катаюсь, называю себя квалифицированным "чайником". "Чайником" быть не обидно совсем. Наоборот, им все стараются помочь на горе – все же когда-то начинали. Правда, бывают на горе и непростые отношения. Чаще всего конфликты возникают между лыжниками и снобордистами и сводятся к проблеме поведения на трассе. Если копнуть глубже, конфронтация скорее напоминает проблему "отцов и детей". В роли конфликтующих отроков, понятно, выступают доскеры. АЛЕКСАНДР САПОГОВ, дизайнер рекламного агентства "Промодизайн", сам с удовольствием катающийся и на лыжах, и на сноуборде, так пояснил суть противостояния: Лыжники считают, что сноубордисты не умеют кататься и поэтому ездят на этих дурацких досках и путаются под ногами. Сноубордисты же уверены, что лыжники не понимают настоящего кайфа, мешают прыгать и портят трамплины. И

еще – сноуборд считается среди молодежи чем-то прогрессивным и модным, а лыжи – классикой, отошедшей в прошлое.

Этот антагонизм существует во всем мире. Например, на родине сноуборда – в США, на некоторые горнолыжные курорты бордеров кататься просто не пускают. Трения возникают даже на уровне официальных организаций – Международной федерации сноуборда (ISF) и Международной лыжной федерации (FIS). Сноубордистов особенно задело то, что Международный олимпийский комитет поручил лыжникам разрабатывать критерии проведения олимпийских соревнований по сноубордингу и организовывать квалификационные заезды. В результате сноуборд попал в разряд горнолыжных дисциплин. Прародитель сноуборда и основатель компании Burton ДЖЕЙК БЕРТОН в одном из интервью язвительно высказался: Это все равно что предложить хоккейной ассоциации отвечать за фигурное катание только потому, что соревнования проходят на тех же ледовых стадионах.

Тем не менее гора – это и то, что объединяет горнолыжников и сноубордистов. Это как дорога, на которой есть свои законы движения и свои «дорожные знаки». Екатерина Вогулкина: Чтобы никто не получил травм, а только удовольствие, нужно вести себя правильно. А то посмотришь и удивляешься – катаются кто как хочет, пересекают трассы и останавливаются в неположенных местах. Собственно, основные правила поведения на горе схожи и автомобильным движением – виноват тот, кто сзади.

Хозяева горы

Все эти правила не освоить в одиночку, и новичку лучше обратиться к профессиональным инструкторам, которые есть практически на каждом комплексе. Между прочим, специалисты говорят, что научиться кататься легко. Сноуборд можно «почувствовать» за неделю, а за две – более-менее грамотно спускаться по несложному склону на лыжах.

Самое интересное – что в этом виде спорта можно все время совершенствоваться. Освоив простейшую технику, многие с удовольствием учатся разным трюкам. Но для этого не достаточно появляться на горе только по выходным. Чтобы стать профессионалом (в сноубординге их еще называют прорайдерами), нужны постоянные тренировки. В Екатеринбурге профессионалы тоже есть. Например, три года назад свою команду прорайдеров создал магазин «Норди». Александр Мерзляков: Тогда я попал на небольшие соревнования в парке им. Маяковского и увидел людей, которые хотят заниматься техническим фристайлом, но делают это не в самых подходящих условиях. Четырем ребятам по итогам тех соревнований я предложил объединиться – мне хотелось помочь этому виду спорта. Основное внимание команда уделяет тренировкам в спортивном зале – именно там отрабатываются акробатические элементы: высота прыжка, точность исполнения поворотов и приземления: их учат правильно падать и группироваться в воздухе.

По словам Александра Мерзлякова, сейчас членов команды можно назвать лучшими фристайлистами Урала: Ребята достаточно легко выигрывают все соревнования здесь. Естественно, мы помогаем им со снаряжением. Наших ребят уже приглашали в свои команды московские представители всемирно известных производителей сноубордов. Надо сказать, что "свои" спортсмены, авторитет которых среди любителей непререкаем, есть у каждого мирового бренда. Интерес производителей к профессионалам объяснить просто. Это – живая реклама их продукции, ведь прорайдер выступает только на снаряжении определенной марки. Компании сражаются за профессиональных сноубордистов не менее яростно, чем футбольные клубы за игроков. А шумиха, создаваемая вокруг, способствует продвижению сноубординга в массы – и вполне успешно.

По оценкам Александра Мерзлякова, еще пять лет назад катающихся на доске был только 1%. Сейчас соотношение стремительно поменялось: один сноубордист приходится примерно на пять лыжников. По мере того как растет лагерь сноубордистов, определяются и их отношения с горнолыжниками, антагонизм постепенно спадает. Бордеры и лыжники - народ стихии, и выяснять вопросы статуса им не к чему. Их приводит на гору страсть к скорости, к свободе и движению – именно так переводится известный лозунг: Risk it! Free it! Race it!

Вопросы и задания к кейсу:

1) Какие из факторов макросреды, упомянутые в данной статье, способствовали росту популярности горных видов спорта на Урале? Приведите примеры из статьи.

2) Какие тенденции в макровнешней среде сдерживают рост рынка горной зимней экипировки?

3) Какие другие факторы, не нашедшие отражение в статье способствуют росту популярности горнолыжных видов спорта в вашей стране?

4) Какие благоприятные возможности возникают в макровнешней среде для разных бизнесов в связи с ростом популярности экстремальных видов спорта, в чем они проявляются?

5) Какие факторы микровнешней среды, определяющие поведение потребителя, влияют на выбор между сноубордом и лыжами.

6) Какими будут Ваши рекомендации в области маркетинга для различных видов бизнеса, чтобы реализовать все благоприятные возможности, вызванные ростом популярности горных зимних видов спорта?

Типовые тесты

1. Понимание термина «угрозы и возможности»

а. в буквальном смысле

б. анализ угроз и возможностей — это стандартная процедура в стратегическом управлении

в. обозначение благоприятных и неблагоприятных тенденций во внешней среде

г. художественный образ

2. Перед началом анализа в распоряжении организации находится достаточно много информации, часть которой не понадобится в дальнейшем. Своеобразные «фильтры», позволяющие отсеивать ненужную информацию:

а. технология

б. цели

в. стратегия

г. миссия

3. Кто предлагает рассматривать внимание менеджера как ограниченный ресурс, влияющий на процесс принятия управленческих решений:

а. М.Портер

б. Г. Саймон

в. Б. Карлофф

г. П. Друкер

4. Кто предложил модель пяти сил конкуренции в отрасли:

а. Б. Карлофф

б. М.Портер

в. Г. Саймон

5. Составляющие внешней среды:

а. микроокружение

б. мегаокружение

в. макроокружение

г. миниокружение

6. SWOT-анализ включает …

а. анализ возможностей организации и вероятных угроз

б. анализ сильных и слабых сторон в деятельности организации, в сравнении с конкурентами

в. анализ макросистемы рынка и конкретных целевых рынков

г. все отмеченное выше

7. Различия STEP и SWOT анализов:

а. SWOT анализ позволяет синтезировать результаты STEP-анализа как внешней, так и внутренней среды организации

б. предметом SWOT-анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом STEP-анализа только ее внешняя макросреда

в. SWOT-анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации, а STEP-анализ — ее возможностей и внешних угроз.

8. Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность исходя из того, что …

а. окружение не будет изменяться
б. в окружении не будет происходить качественных изменений
в. в окружении постоянно будут происходить изменения

9. Исходный этап процесса стратегического управления:

а. анализ среды
б. определение миссии фирмы
в. определение целей фирмы
г. выработка стратегий поведения фирмы на рынке

10. Общеметодологические принципы, которые должны лежать в основе анализа среды деятельности предприятия:

а. принцип конкурентоспособности
б. динамический принцип и принцип сравнительного анализа
в. метод наблюдения
г. системный подход
д. принцип учета специфики предприятия
е. сравнительный подход
ж. комплексный анализ

11. Стратегическая зона хозяйствования — это …

а. зона наибольшего хозяйственного риска
б. перспективный сегмент рынка
в. сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет (или хочет получит выход
г. свободная экономическая зона

Типовые оценочные материалы по теме 2 Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации

Типовые вопросы для подготовки к опросу:

1. Какова сущность и содержание глобального маркетинга (стратегии стандартизации)?
2. Какова сущность и содержание мультинационального маркетинга (стратегии адаптации)?
3. Каковы преимущества и недостатки стратегии стандартизации?
4. Каковы преимущества и недостатки стратегии адаптации?
5. Изложите вашу аргументированную позицию в отношении применения стратегий стандартизации и адаптации.
6. Дайте сравнительную характеристику стратегий стандартизации и адаптации.
7. В чем заключается необходимость отслеживания мировых трендов?
8. Какие задачи решаются при выявлении мировых трендов?
9. Перечислите основные направления выявления мировых трендов.
10. Охарактеризуйте часто применяемые способы выявления трендов.
11. В чем состоит сущность понятия «бенчмаркинг». В чем заключаются основные этапы эволюции бенчмаркинга?
12. Назовите основные причины проведения бенчмаркинга. Назовите типы бенчмаркинга.
13. Каковы основные отличия между стратегическим и глобальным бенчмаркингом?
14. Раскройте сущность функционального бенчмаркинга.
15. Назовите направления операционного бенчмаркинга?

16. Обоснуйте роль бенчмаркингового подхода в повышении конкурентоспособности предприятия. Какие основные принципы этики нужно соблюдать при проведении бенчмаркинга, чтобы получить желаемый результат?

17. На чем основывается принцип взаимность? Что подразумевает принцип аналогия при проведении бенчмаркинга? В чем сущность достоверности бенчмаркинга? Какова цель принципа измерения при проведении бенчмаркинга?

18. Назовите критерии для определения практик для создания превосходного процесса. Перечислите круг лиц, заинтересованных в знании результатов бенчмаркинга. Перечислите способы предоставления результатов.

Типовые темы для проведения Круглого стола (дискуссии):

1. Тренды в развитии персонала 2020.
Главные стратегические технологические тренды в 2021 году.
Бенчмаркинг: зарубежный опыт.
Бенчмаркинг: отечественный опыт.
Глобальный бенчмаркинг: оценка эффективности.
Бенчмаркинг в управлении качеством.
Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятии.

Типовое задание по опорному конспекту

конспектирование лекционного материала по теме, размещенного преподавателем на образовательном портале: традиционным способом, посредством составления блок-схемы или разработки ментальной карты.

Типовое ситуационное задание

Задание 1. Приведите примеры компаний мирового уровня, которые используют стратегию стандартизации и стратегию адаптации.

Задание 2. Определите основные тренды 2020 года в интересующей вас области (сфере деятельности)

Типовое задание Кейс.

Кейс 1. В конце 40-х гг. прошлого столетия в Калифорнии жили два брата - Ричард и Морис Мак-Дональды. Они имели небольшую закусочную на автозаправочной станции в Сан-Бернардино в штате Калифорния. Получаемый братьями доход от работы закусочной не удовлетворял их, и они решили усовершенствовать свой бизнес. Закусочная стала небольшим ресторанчиком быстрого обслуживания, меню которого состояло из 9 блюд. Раньше предлагалось 25 блюд. Среди 9 блюд были: гамбургер, чизбургер, три вида прохладительных напитков, молоко, кофе, картофельные чипсы и пирожки. Затем к ним прибавились картофель фри и молочные коктейли. Одновременно с сокращением ассортимента предлагаемых блюд были снижены цены на гамбургеры. Число ресторанчиков быстрого обслуживания, принадлежащих братьям Мак-Дональдам, постепенно увеличивалось и достигло 7. В 1955 г. ими заинтересовался продавец миксеров для приготовления молочных коктейлей, некий Крок. Ему понравилась идея быстрого обслуживания, и он приобрел всю сеть ресторанчиков за 2,7 млн дол. Несколько лет спустя Рэй Крок решил увеличить число ресторанов быстрого обслуживания за счет продажи права на использование торговой марки McDonald's. Используя франчайзинг и учитывая его преимущества, число ресторанов McDonald's быстро увеличивалось как в США, так и в других странах. Вместе с ростом числа ресторанов менялись в лучшую сторону их торговый ассортимент и обслуживание посетителей. Появились залы с сидячими местами, привлекательным стал интерьер, в меню были включены новые блюда, существенно расширился ассортимент предлагаемых блюд. Рестораны McDonald's располагаются более чем в 100 сгранах мира, а их число приближается к 30 тыс. Головной офис корпорации McDonald's Co Ltd находится в ОукБрук штата Иллинойс.

Корпорация McDonald's занимает ведущие мировые позиции в сфере общественного питания. Для многих фирм она является своеобразной лакмусовой бумажкой, используя которую

принимается решение об иностранных инвестициях в ту или иную страну, соизмеряются при этом выгоды и риски. В ресторанах корпорации McDonald's уровень обслуживания клиентов граничит с искусством. Этому искусству тщательно обучают всех служащих и сотрудников ресторанов, находящихся в различных странах и представляющих интересы корпорации. Такой подход обеспечивает вежливое и доброжелательное обслуживание посетителей независимо от местоположения ресторана и национальной принадлежности посетителей.

Люди любой национальности, различных вероисповеданий, с разным уровнем дохода, а также с ограниченными физическими возможностями могут посещать рестораны McDonald's. При этом компания стремится поддерживать доступный уровень цен, рассчитанный на массового, а не элитарного посетителя. Основной целью деятельности ресторанов McDonald's является более полное удовлетворение конкретных нужд и потребностей ее клиентов. Основные принципы международного маркетинга корпорации McDonald's

Философия международного маркетинга корпорации McDonald's определяется ее девизом Q.S.C.&V. - quality, service, cleanliness and value (качество, сервис, чистота и цена). Свои конкурентные преимущества корпорация McDonald's обеспечивает прежде всего благодаря высоко-му качеству сырья, полуфабрикатов, готовой продукции, а также высокому уровню обслуживания посетителей. Каждый ресторан дважды в день проводит контроль качества продукции. А качество мясных полуфабрикатов подвергается проверке десятки раз. При этом сэндвичи хранятся не более 10 мин с момента их изготовления. Если по истечении этого времени они не были проданы, то они просто выбрасываются, как не соответствующие стандартам McDonald's. Для поддержания чистоты проводится контроль за состоянием оборудования, помещений, прилегающей территории. В этих целях используются специально разработанные средства, а ночью все оборудование, помещения ресторана тщательно вымываются. Все сотрудники проходят ежегодные медицинские осмотры, а во время рабочей смены соблюдают требования гигиены. Эти меры позволяют обеспечить безупречную чистоту и соблюдение требований к производству продовольственных товаров.

Логотип McDonald's и товарный знак Золотая Арка (стилизованная буква «М») стали самыми известными во всем мире. По своей известности они не уступают, а может быть, и опережают широко известную торговую марку Coca-Cola. Люди разных рас и национальностей приходят в McDonald's более чем в 100 странах мира, будучи уверенными в том, что качество продуктов и обслуживания в любом ресторане, где бы он ни находился, будут непременно высокими. Это достигается с помощью жесткого соблюдения существующих в McDonald's стандартов, которые регламентируют все стороны деятельности корпорации. Конечно, в деятельности корпорации McDonald's были и определенные трудности. Не всегда и не все предлагаемые ею продукты были восприняты и в должной мере востребованы. Тем не менее корпорация завоевала ведущие позиции в сфере ресторанного бизнеса. Сеть ресторанов быстрого питания имеет привлекательный образ, и потребители на собственном опыте знают об их чистоте, уровне сервиса и высоком качестве при приемлемой цене. Имидж торговой марки способствует запоминанию, а так-же создает предпочтения, привычки. Иными словами, он создает основу, на которой строятся взаимоотношения между торговой маркой и ее пользователем.

Вопросы к кейсу

1. Какие факторы среды международного маркетинга оказывают наиболее существенное влияние на деятельность корпорации на внешних рынках?
2. В чем секрет успешной деятельности корпорации McDonald's на внешних рынках?
3. Какие факторы среды международного маркетинга корпораций McDonald's не полностью учитываются?
4. Что нужно сделать, чтобы обеспечить в будущем конкурентные преимущества корпорации McDonald's в связи с постоянно увеличивающимся числом фирм на рынках быстрого питания?

Кейс 2. «Стрида». Вы замечали, как с каждым годом растет количество велосипедистов на наших улицах? Стремление к здоровому образу жизни и активному отдыху, транспортные проблемы, городская субкультура превращают все больше людей в поклонников этого вида транспорта. Велоспорт и велотуризм в России становятся все более популярными.

По оценкам BusinesStat, в 2012 г. численность потребителей велосипедов составила 31,5 млн чел. В 2013—2017 гг. она будет расти со средним темпом 1,3% в год и составит 33,6 млн чел. в 2017 г.

В 2012 г. натуральный объем продаж велосипедов в России вырос на 1,1% и достиг 4,3 млн штук. В 2013—2017 гг. ожидается стабильный рост продаж велосипедов до 5,4 млн штук в 2017 г.

В 2012 г. наибольшую долю натурального объема продаж занимали спортивные велосипеды — 27%. За последние 5 лет натуральный объем продаж спортивных и транспортных велосипедов вырос на 25 и 16% соответственно, а натуральный объем продаж детских двухколесных и трехколесных и прочих велосипедов сократился на 18 и 10% соответственно.

Но для роста числа велосипедистов на улицах нашего города существует много препятствий. Их можно обобщить одним словосочетанием — «неразвитость вело-инфраструктуры». В первую очередь приходят на ум опасности передвижения на велосипеде в плотном потоке машин в отсутствие велодорожек. Проблемы вызывает и малочисленность мест возможной парковки велосипедов. Нельзя не упомянуть и трудности хранения велосипедов: в стандартных многоквартирных домах достаточно остро стоит вопрос компактности хранения вещей. Маленькие лифты и небольшая площадь жилых квартир являются серьезным препятствием для покупки крупного спортивного инвентаря.

Неспособность стандартных моделей велосипедов решить эти проблемы приводит на российский рынок иные модели велосипедов, которые способны сочетать в себе основные требующиеся характеристики: компактность и эргономичность, а также необычный дизайн.

Такой необычной моделью, все чаще мелькающей на улицах российских городов, является складной велосипед Strida. Он обеспечивает комфортное перемещение в городской среде. Оригинальная система позволяет любому, даже новичку, сложить и снова собрать велосипед меньше чем за 10 секунд.

Его можно провозить в метро и наземном транспорте. В сложенном виде его можно катить перед собой, как тележку, а не тащить в руках. Можно переносить велосипед и в специальном чехле.

Strida занимает минимум пространства в сложенном состоянии. Strida легко умещается в багажник автомобиля. Можно взять велосипед с собой в супермаркет, чтобы не оставлять его без присмотра. Не нужна велопарковка и рядом с офисом: сложенная Strida может полежать под столом или в гардеробе.

Вместо цепи на велосипеде установлен приводной ремень, который не требует смазки, не пачкает одежду и очень надежен. Благодаря отсутствию цепи велосипед можно мыть целиком в ванне, не боясь ржавчины.

Производство велосипедов марки Strida осуществляется на фабрике Ming Cycle в Тайване. Конструкторы уделяли пристальное внимание не только надежности и дизайну, но и эргономике велосипеда. Strida в своей основе имеет одну из наиболее прочных в природе форму — треугольник. Конструкция велосипеда позволяет велосипедисту сидеть прямо и без труда охватывать взглядом обстановку вокруг себя, сохраняя при этом контроль над велосипедом.

Strida легкая, с ней управится даже хрупкая девушка. Вес велосипеда всего 9,8 кг. Велосипед достаточно быстрый для города, средняя скорость 20 км/ч.

Благодаря стильному необычному дизайну велосипед Strida невозможно не заметить на улице. Strida выпускается в широкой цветовой гамме, включающей красный, оранжевый, белый и другие цвета.

Отличия в дизайне и способе применения велосипеда позволяют его владельцам выделиться, обратить на себя внимание —- и даже говорить о «жизни в стиле Strida». Всероссийский клуб владельцев «Стриды», базирующийся в Санкт-Петербурге, образовался одновременно с появлением в нашей стране первой партии велосипедов Strida — было это в 2008 г. Целью клуба является объединение всех тех, для кого «Стрида» стала неотъемлемой частью жизни, а значит, для того, чтобы стать членом клуба, необходимо всего лишь приобрести одну из моделей «Стриды» и полюбить ее всеми фибрами своей души.



В 2012 г. в Санкт-Петербурге начали появляться заведения, на двери которых (или где-то рядом с дверью) висит значок «Сюда пускают с велосипедом Strida». Кроме того, что вы действительно можете беспрепятственно пронести внутрь «Стриду» в сложенном состоянии, это значит, что вы, вероятно, встретите внутри людей, которые, скорее всего, очень близко знакомы с велосипедами Strida и, может быть, даже сами на них катаются.

Целевым сегментом покупателей велосипедов Strida являются молодые люди (65%) и девушки (35%) от 15 до 35 лет, компанейские, общительные, которым важна сопричастность к сообществу, бодрые, активные, но не экстремалы. Они интересуются гаджетами, новинками, ценят свое время и хотят передвигаться по городу вне зависимости от пробок.

Для продвижения товаров такой целевой аудитории достаточно результативным и низкозатратным может быть использование социальных сетей. Это особенно верно в случае продвижения интернет- магазинов, которые не просто выступают интернет-выставкой склада каких-либо товаров, а продвигают свой стиль жизни, формируют новые тренды и находятся на гребне моды.



Несмотря на то, что складные велосипеды являются актуальным, модным товаром, развитие их розничных продаж представляет собой непростую задачу. Политика российского дистрибьютора велосипедов Strida заключается в запрете ценовой конкуренции, поэтому магазин может полагаться только на неценовые методы привлечения покупателей.

Велосипеды являются сезонным товаром: катание в большинстве российских регионов возможно с апреля-мая по октябрь, продажи нового сезона начинаются с марта. Поэтому узкий ассортимент не может обеспечить круглогодичную выручку.

Заказ велосипедов на новый сезон необходимо делать заблаговременно, осенью, когда неизвестны ни курс валют, ни покупательная способность клиентов, ни объемы заказов конкурентов, ни перемены капризной моды на велорынке. Велосипеды Strida недешевы: цены на них начинаются от 35 тыс. руб.

Очень непростым является и вопрос стратегического развития розничного бизнеса. Как спрогнозировать продажи будущего сезона, чтобы сделать предварительный заказ на велосипеды? Можно ли сосредоточиться на продвижении одной марки велосипедов, или необходимо расширять ассортимент? Можно ли обойтись только интернет-магазином, или продажи через интернет должны быть обязательно поддержаны оффлайн-магазином? Как не остаться в проигрыше, если жизненный цикл этого необычного товара окажется коротким?

Вопросы к кейсу:

1. Какие виды конкурентов должны быть включены в конкурентный анализ для бренда Strida? Какую информацию следует собирать о конкурентах? Каким образом?

2. Какие конкурентные преимущества велосипедов Strida целесообразно использовать в рекламных материалах?

3. Как бенчмаркинговые исследования могут применяться для повышения эффективности продвижения интернет-магазина в социальных сетях? Для продвижения в оффлайне?

4. На какие источники информации следует ориентироваться, чтобы спрогнозировать долгосрочные тенденции развития спроса на велосипеды в конкретном городе? Какие факторы могут благоприятно сказываться на росте продаж велосипедов Strida?

5. Может ли бенчмаркинг способствовать поиску идей для дальнейшего стратегического развития бизнеса?

6. Какие еще хозяйственные процессы розничного и интернет- магазина могут стать объектом бенчмаркинга? Каких бенчмар- кинговых партнеров целесообразно привлечь?

Кейс 3. Интернет-маркетинг на спортивном рынке. Континентальная хоккейная лига (КХЛ) — международная лига, созданная в 2008 г. для развития хоккея на территории России и других стран Европы и Азии. По итогам регулярного Чемпионата КХЛ определяется обладатель Кубка Континента. По итогам плей-офф определяется чемпион России, которым становится лучший российский клуб, а также обладатель Кубка Гагарина.

В восьмом чемпионате, проходившем в 2015—2016 гг., приняли участие 28 клубов из России, Белоруссии, Казахстана, Латвии, Словакии, Финляндии и Хорватии.

За годы существования КХЛ сыграно 629 матчей. Игры Кубка Гагарина посетили почти 5 млн зрителей, в среднем — 7700 чел. в расчете на один матч. Намного шире телевизионная и интернет- аудитория каждого матча.

Иностранные клубы стремятся играть в КХЛ, поскольку в этом чемпионате они имеют возможность состязаться с сильными командами. КХЛ дает игрокам своих хоккейных клубов более высокие доходы и возможности дальнейшей карьеры. Но вступление в КХЛ означает и появление новых зрителей — в первую очередь, российских болельщиков — и, возможно, новых спонсоров. Поэтому зарубежным клубам необходимо наладить взаимодействие с новыми целевыми аудиториями.

Они имеют возможность повысить свои доходы, в том числе за счет популяризации своей команды на российском рынке и продажи билетов на домашние матчи и фанатской атрибутики новым болельщикам. В современных условиях эти задачи могут решаться, в первую очередь, в интернете. Разумеется, для этого необходимо адаптировать свой сайт, интернет-магазин и группы в социальных сетях к привычкам и запросам российской аудитории.

Вопросы к кейсу:

1. Выберите иностранный хоккейный клуб, играющий в КХЛ. Насколько его сайт и интернет-магазин учитывают наличие российской аудитории? В каких социальных сетях созданы группы болельщиков этого клуба? Созданы ли в них условия для включения российских болельщиков?

2. Повлияла ли на ваш анализ история выбранного вами иностранного хоккейного клуба: некоторые из них существуют уже длительное время, а некоторые были созданы специально для игры в КХЛ?

3. Какие сайты / интернет-магазины / группы в социальных сетях российских хоккейных клубов могут служить образцом для бенчмаркингового исследования? Составьте список критериев, по которым следует проводить сравнение интернет-магазинов фанатской атрибутики; групп болельщиков в социальных сетях.

4. Какой «лучший опыт» российских клубов по интернет-взаимодействию с болельщиками может быть использован выбранным вами иностранным хоккейным клубом?

5. Какие маркетинговые мероприятия, успешно применявшиеся клубами НХЛ (спортивной организации, объединяющей хоккейные клубы США и Канады), могут быть использованы в КХЛ?

Кейс 4. Письмо потенциальному партнеру. История компании БАСК начинается еще в советское время, когда в конце 1980-х гг. выпускниками Физтеха был создан кооператив БАСК. Так что она является по существу самой опытной фирмой на российском рынке, производящей одежду и снаряжение для экстремальных видов спорта и активного отдыха. НПФ БАСК, ставшая преемником кооператива, была учреждена братьями Владимиром и Сергеем Богдановыми в 1992 г. Тогда же была зарегистрирована торговая марка BASK.

В начале 1990-х гг. бизнесмены Богдановы были, пожалуй, одними из немногих в России, кто узнал, что на мировом рынке существует специальный сегмент одежды для экстремальных условий — technical outdoor. Компании, работающие в этом сегменте, выпускают продукцию, похожую на продукцию таких корпораций, как Nike, Reebok, Adidas, Columbia. Ноте занимаются массовым производством, их изделия рассчитаны на использование в городских условиях. Технологии technical outdoor дороже, но и качество здесь выше, так как используются более сложные конструкции, самые прочные материалы и фурнитура. Соответственно и цены на такую продукцию намного выше.

Ежегодно обновляемая коллекция НПФ БАСК включает около 300 моделей высокотехнологичной продукции: одежды, рюкзаков, палаток и спальных мешков, для изготовления которых используются современные ткани и утеплители. Еще в 1990-х гг. Богдановы осознали, что для полноценной торговой марки нужен широкий ассортимент изделий. Они поставили перед собой такую задачу: БАСК должен научиться снаряжать любую обратившуюся к ним экспедицию с ног до головы. Поэтому они стали представлять в России и некоторые зарубежные марки — это касалось снаряжения, которое не производится в России, но необходимо в путешествиях.

Следующим шагом Богдановых стал собственный магазин «Активный отдых». «Мы хотели, чтобы все знали: если нужно что-то для путешествия, на Эверест или в соседний лес за грибами, то все можно купить в одном магазине, — рассказывает Сергей Богданов. — А наши партнеры, особенно с периферии, хотели брать у нас только то, что хорошо продается. Но наш опыт показывает, что когда в магазине есть все — от специального белья и скальных туфель до палатки и веревки, — найдется покупатель на все позиции и ходовой товар пойдет еще интенсивнее. Мы поняли, что нельзя идти на поводу у покупателей — нужно самим формировать рынок».

Ежегодно в ассортименте появляется несколько новых моделей, а уже существующие постоянно тестируются и совершенствуются. Отдельный предмет гордости Богдановых — это конструкторы. «Ни одно учебное заведение страны не выпускает специалистов нужного нам профиля, — говорит Владимир. — Мы набрали девочек, закончивших ПТУ, сами обучили их тому, чему смогли, они росли вместе с нами, и сейчас лучших конструкторов outdoor, думаю, нет в стране. Они наш золотой фонд».

В 1994 г. Богдановы арендовали бывшее ателье в Королеве. Здесь до сих пор размещается гарантийный сервисный центр компании.

Купили машинки, наняли швей, начали выпускать одежду и снаряжение премиум-класса с использованием самых дорогих материалов. «Для альпинистов качество важнее цены. Экономить на безопасности в горах не принято», — уверены Богдановы.

Для выхода на мировой уровень качества БАСК нужны были западные технологии и культура производства продукции outdoor, которой не было в России. Приблизиться к цели помог случай. Знакомая девушка уехала в США и устроилась работать швеей в известную outdoor-компанию. За несколько месяцев работы она досконально изучила изнанку американских изделий и, приехав в Россию погостить, рассказала о требованиях, оборудовании, сильных и слабых сторонах американцев.

НПФ БАСК всегда стремился к передовым технологиям. Показателен пример с пухом — утеплителем для основных моделей курток БАСК. Российский пух, правильнее — пухо-перовая смесь, — пожалуй, лучший в мире. Дело в том, что пушинки у отечественной птицы очень крупные, хорошо развитые, упругие, ведь обитать ей приходится в более холодных условиях, чем, скажем, европейской или китайской. До недавнего времени преимуществами высокого качества российского пуха отечественным производителям воспользоваться не удавалось, поскольку хорошо обрабатывать и промывать пухо-перовое сырье здесь не умели.

Процесс обработки пуха состоит из двух десятков операций, требует дорогого оборудования и специальных моющих средств. А непромытый пух, даже самого высокого качества, быстро сваливается, хуже держит тепло и издает неприятный запах. Кроме того, в нем есть пыль, аллергены и клещи, невидимые невооруженным глазом, но неизбежные на любой водоплавающей птице. Раньше многие зарубежные компании закупали пухо-перовое сырье в России и вывозили его на обработку.

«Мы поставили себе задачу улучшить качество пуха и для сотрудничества выбрали каширскую фирму «Каригуз», которая производила пуховые подушки и одеяла. Мы завезли английские моющие средства и экспериментировали вместе с такими же энтузиастами, как и мы, из «Каригуза». Много пуха испортили, но результатов добились. Наш пух вышел на мировой уровень качества», — говорит Сергей Богданов. И сейчас фирма БАСК использует только экологически чистый, отборный пух гусей, выращенных в условиях сурового русского климата, обработанный на предприятии «Каригуз».

Продукция БАСК испытана в различных климатических условиях, в экстремальных походах и восхождениях. Наблюдая за своими западными конкурентами, Богдановы заметили важное направление работы над брендом: лидеры outdoor спонсируют национальные экспедиции и таким образом доказывают свою состоятельность, делают марку более известной в своей стране. Ведь путешественники не наденут то, что им не нравится, в чем им неудобно. БАСК последовал этому примеру и стал одевать российских альпинистов и путешественников. К началу 2000-х гг. БАСК снаряжал до 20 экспедиций в год. В 2004 г. НПФ БАСК становится официальным партнером Международной Ассоциации альпинистских союзов. Компания работает с самыми знаменитыми путешественниками России, поддерживает яхтенные и сухопутные путешествия Федора Конюхова, уникальные парусные экспедиции яхты «Апостол Андрей» под командованием Николая Литау, проекты знаменитого яхтсмена Виктора Языкова.

Кроме спортсменов, важным рынком для outdoor-компаний являются корпоративные и государственные заказчики. Регулярные заказчики — МЧС, Министерство спорта, туризма и молодежной политики. Альпинистское снаряжение, рюкзаки, спальники и палатки необходимы на различных слетах и соревнованиях.

За годы работы БАСК большое внимание уделял формированию сети дистрибьюторов и сейчас сотрудничает более чем со 100 постоянными партнерами-дилерами в почти 50 российских регионах. Кроме собственных магазинов, продукцию БАСК можно купить в розничных и интернет-магазинах по всей России. Немало сделано и по установлению постоянных связей с зарубежными дистрибьюторами в США и Канаде, странах Скандинавии, в Южной Корее, Индии, в Чили, в Латвии и на Украине. С 2000 г. БАСК начал ежегодно представлять свою продукцию на выставках спортивного снаряжения в Германии (Фридрихсхафен и Мюнхен), а затем и на других крупнейших международных выставках.

Вопросы к кейсу:

1. Какие хозяйственные процессы были подвергнуты неформальному бенчмаркингу в компании БАСК? Часто ли используется неформальный бенчмаркинг в практике российского предпринимательства?

2. Представьте, что вы хотите провести бенчмаркинговое исследование с НПФ БАСК. Подготовьте текст письма к его руководителю с предложением об участии в бенчмаркинговом проекте. Выберите хозяйственный процесс, метод, подход, хорошо развитый в НПФ БАСК, который станет объектом бенчмаркинга. Придумайте, от лица какой фирмы вы обращаетесь с запросом о бенчмаркинге: какова сфера ее деятельности? В каком направлении она развивается? Какие потребности испытывает? Продумайте структуру письма: какие мысли оно обязательно должно содержать?

3. Какие причины могут побудить БАСК отказаться от совместного бенчмаркингового исследования? Каковы могут быть мотивы его согласия?

Типовые тесты

1. Верным является утверждение, что:

а) бенчмаркинг — это механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других, более успешных фирм;

б) бенчмаркинг — это механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других, менее успешных фирм;

в) бенчмаркинг состоит из однородных, узкоспециализированных работ.

2. Реализация проекта бенчмаркинга включает в себя:

а) пять этапов;

б) конечное количество этапов, зависящее от конкретного проекта;

в) шесть этапов.

3. Методы изучения западных аналогов включают в себя анализ:

а) устройства отрасли, компании, предложения;

б) устройства отрасли, компании, спроса;

в) устройства поставщиков, компании, спроса.

4. Верным является утверждение, что функциональный бенчмаркинг используют для сравнения:

а) эффективности определенных функций;

б) функциональных связей между отделами;

в) сквозных бизнес-процессов.

5. Бенчмаркинг отрасли подразумевает исследование:

а) основных типов компаний, сегментов рынка покупателей;

б) организацию производства, маркетинга, сбыта;

в) рынка товаров-субститутов.

6. Бенчмаркинг компании подразумевает исследование:

а) основных типов компаний, сегментов рынка покупателей;

б) организации производства, маркетинга, сбыта;

в) рынка товаров-субститутов.

7. Бенчмаркинг спроса подразумевает исследование:

а) основных типов компаний, сегментов рынка покупателей;

б) организации производства, маркетинга, сбыта;

в) рынка товаров-субститутов.

8. Первым этапом проведения бенчмаркинга является:

а) выбор продукта, услуги или процесса для сравнения;

б) выбор компании для сравнения;

в) выбор внутрифирменной области для сравнения.

9. Внутренний бенчмаркинг направлен на изучение опыта:

а) транснациональных корпораций;

б) внутриотраслевых компаний;

в) внутрифункциональных подразделений.

10. Применение метода копирования успешного опыта является наиболее простым и эффективным для следующих бизнес-процессов:

а) основных бизнес-процессов;

б) обеспечивающих бизнес-процессов;

в) бизнес-процессов управления.

11. Для повышения удовлетворенности клиента бизнес-процесса используется метод:

а) поиск и сокращение временных разрывов;

б) минимизация устной информации;

в) типизация форм сбора и передачи информации;

г) согласование результатов с требованиями.

12. Бенчмаркинг процесса — это систематический метод определения, понимания и творческого развития товаров, услуг, проектов, оборудования, процессов и процедур более высокого качества для улучшения текущей деятельности организации посредством изучения того, как:

а) разные организации выполняют неодинаковые или непохожие операции;

б) разные организации выполняют одинаковые или похожие операции;

в) одинаковые организации выполняют разные или непохожие операции.

13. Верным является утверждение, что:

а) бенчмаркинг процесса включает в себя изучение, анализ и последующее копирование элементов процессов успешных компаний, осуществляющих отличные виды деятельности;

б) бенчмаркинг процесса включает в себя изучение, анализ и последующее копирование элементов процессов успешных компаний, занимающихся схожими видами деятельности;

в) бенчмаркинг процесса включает в себя изучение, анализ и последующее копирование элементов процессов всех компаний, осуществляющих другие виды деятельности.

14. Концепция «Шесть сигм» — это:

а) реляционный показатель;

б) статистический показатель;

в) динамический показатель.

15. Сигма означает:

а) динамичное отклонение;

б) стандартное отклонение;

в) процессное отклонение.

16. Концепция «Шесть сигм» связана:

а) с финансовыми результатами работы компании;

б) бенчмаркинговыми результатами работы компании;

в) статистическими результатами работы компании.

17. Расстояние между центром распределения и границей доступа делится:

а) на семь показателей;

б) два показателя;

в) шесть показателей.

18. Основное различие между стратегическим и оперативным контроллингом заключается в том, что:

а) первый ориентирован на тенденции будущего, а последний, напротив, «смотрит» в настоящее;

б) первый ориентирован на настоящее, а последний, напротив, «смотрит» в тенденции будущего;

в) первый ориентирован на тенденции развития спроса, а последний, напротив, «смотрит» на тенденции развития предложения.

19. ЛВС-анализ относится к инструментам:

а) стратегического контроллинга;

б) оперативного контроллинга;

в) оперативного и стратегического контроллинга.

20. Рассматривая контроллинг как процесс, можно выделить:

а) девять стадий;

б) бесконечное число стадий;

в) пять стадий.

21. Контролируемыми величинами стратегического контроллинга являются:

а) затраты, прибыль, рентабельность, ликвидность;

б) потенциалы успеха;

в) уровень высшего руководства.

22. Контролируемыми величинами оперативного контроллинга являются:

а) затраты, прибыль, рентабельность, ликвидность;
б) потенциалы успеха;
в) уровень высшего руководства.

23. Проектирование процесса контроллинга включает в себя:

а) организационную и эксплуатационную фазы;
б) организационную и оперативную фазы;
в) организационную и аналитическую фазы.

24. Этап проектирования контроллинга включает в себя:

а) проектирование организационной структуры, процессов и информационных потоков;
б) проектирование функций, процессов и бизнес-модели;
в) проектирование функций, процессов и информационных потоков.

Типовые оценочные материалы по теме 3 Ключевые мега-тренды в глобальной среде

Типовые вопросы для подготовки к опросу:

1. Охарактеризуйте понятие мега-тренд.
2. Чем обусловлено внимание к мега-трендам мировой политики?
3. Какие мега-тренды выделяют в настоящее время?
4. Почему нужно инвестировать в мега-тренды?
5. Какова роль информационных технологий в истории международных отношений? Приведите примеры взаимопересечений (linkages) между процессом информатизации и международными политическими процессами.
6. Опишите противоречия, вызовы и угрозы для современной мировой политики, вызванные фактором информатизации.
7. Каковы демографические тенденции в регионах мира, в чем они совпадают, в чем расходятся?
8. Какие существуют политические программы в сфере демографии на национальном уровне? Сравните их эффективность.

Типовые темы для проведения Круглого стола (дискуссии)

1. Демографические мега-тренды мирового развития.
2. Политико-культурные мега-тренды.
3. Экологический кризис как глобальная проблема.
4. Мировые тренды: глобализация, антиглобализм, альтерглобализм.
5. Глобализация и молодежь.
6. Демографический взрыв в развивающихся странах как глобальная проблема.
7. Глобальная продовольственная проблема и пути ее решения.
8. Антиглобалистское движение в России.
9. Информационные войны как одно из следствий глобализации.
10. Потепление климата как глобальная экологическая проблема.
11. Глобальная культура: перспективы развития.
12. Современный глобальный экономический кризис: причины, проявления, пути решения проблемы.
13. Глобализация информационных процессов.
14. Информационная война как одно из следствий глобализации.
15. Экономическое развитие России в условиях глобализации.
16. Организованная преступность как глобальная проблема.
17. Интернет как средство глобализации.
18. Современный человек как продукт глобализации человеческого общества.

Типовое задание по опорному конспекту

конспектирование лекционного материала по теме, размещенного преподавателем на образовательном портале: традиционным способом, посредством составления блок-схемы или разработки ментальной карты.

Типовое ситуационное (практическое) задание

Посмотрите документальные фильмы из серии «Угрозы современного мира» (Россия, 2011–2013 гг.) и ответьте на вопросы.

Задание 1. Вопросы к фильму «Глобальное потепление»

1. Назовите последствия глобального потепления.
2. Кого ученые считают главным «виновником» грядущей катастрофы?
3. Перечислите источники образования углекислого газа.
4. Является ли углекислый газ единственной причиной глобального потепления?
5. Какой приведенный в фильме аргумент не подтверждает «парниковую теорию»?
6. Какой период Земля переживала в середине 17-го века?
7. Что является причиной «малого ледникового периода»?
8. Что произошло за последние 80 лет с горами Кения и Килиманджаро?
9. Что случится, если растают ледники?
10. Какую взаимосвязь установили учёные между активностью вулканов и климатом?
11. Какие изменения происходят с береговой линией?
12. Почему опасно таяние вечной мерзлоты?
13. Назовите альтернативные причины распространения инфекций.
14. Какими методами климатологи пытаются доказать гипотезы изменения климата?

Задание 2. Вопросы к фильму «Демография. Болезни роста»

1. Какова численность населения Земли в настоящее время?
2. Какой численности достигнет населении Земли к концу XXI века?
3. Во сколько раз увеличилась численность населения Земли в XX веке?
4. Как природа контролирует численность вида?
5. Какой первый признак изменения поведения животных в условиях ограниченного пространства?
6. Может ли человек прожить «в тесноте, да не в обиде»?
7. Что является доказательством тезиса о том, что чем меньше жизненного пространства, тем больше напряжение в обществе?
8. Какие факты ставят под сомнение это утверждение?
9. Каков природный механизм сокращения численности популяции?
10. С какими событиями связаны демографические бумы?
11. При какой численности населения человечество ждет голодная смерть?
12. Решены ли сейчас проблемы голода?
13. Как распределяются ресурсы на Земле?
14. К чему приводит стресс от тесноты у животных?
15. Что случилось в средневековой Европе в связи с увеличением численности населения?
16. Почему в крупных городах сокращается рождаемость?
17. Какова скорость возникновения инфекционных заболеваний в XXI-м веке?
18. Какое влияние оказывает глобализация на рост инфекционных заболеваний?
19. С чем связано сокращение роста заболеваемости ВИЧ?
20. Расскажите о демографических тенденциях в Китае в 70-е гг. XX века.
21. Назовите основной принцип государственной демографической политики в Китае.
22. Помог ли демографический закон, принятый в Китае?
23. Какие факторы – социальные или естественные – оказывают большее влияние на демографические процессы?

Задание 3. Вопросы к фильму «Жажда планетарного масштаба»

1. Какие регионы мира сегодня испытывают нехватку воды?
2. Когда может начаться глобальная водная катастрофа?
3. Какие прогнозы дает Пентагон в своем секретном докладе?
4. Где произошел первый документально зарегистрированный водный конфликт?

5. Приведите современные примеры водных конфликтов.

6. Можно ли синтезировать воду?

7. Расскажите о ситуации в Израиле в 1948 году и результатах эксплуатации водных ресурсов реки Иордан.

8. Как в Израиле решили водную проблему?

9. Назовите основные проблемы, связанные с опреснением воды.

10. Что такое «тяжелая вода»?

11. Почему в городе Карабаш такая низкая продолжительность жизни?

12. Назовите новые методы очистки воды, применяемые в Израиле.

13. Почему моллюски названы «сотрудниками» Московского водоканала?

14. Каков идеальный вариант обеззараживания воды?

15. Почему сельское хозяйство обостряет водную проблему?

16. Как можно решить проблему дефицита воды в сельском хозяйстве?

17. Какие две гениальные вещи, по словам японского ученого, изобрели евреи?

18. Назовите основной недостаток капельного орошения.

19. Чему равно суточное потребление воды на одного человека в развитых странах?

20. Как заставить людей экономить воду?

Задание 4. Вопросы к фильму «Атомная альтернатива»

1. Во сколько раз возрастет мировое энергопотребление к 2035 году?

2. Какая доля энергии производится атомными станциями и какова еѐ себестоимость?

3. Что такое «природная радиация»?

4. Однозначно ли мнение учѐных о воздействии на человека техногенной радиации?

5. Как количественно отличается природная радиация в различных регионах?

6. Что является источником энергии на фотоэлектрической станции в Белгороде? Сколько домов она обслуживает?

7. Назовите достоинства и недостатки гелиевой энергетики.

8. Почему ученые связывают атомную энергетику с природными катастрофами?

9. На каком источнике энергии работают биогазовые установки? Назовите плюсы и минусы этого метода.

10. Когда сложился современный радиационный фон?

11. В связи с чем меняется изотопный фон планеты?

12. Какова минимальная скорость ветра, необходимая для работы ветряной станции?

13. Назовите основные недостатки ветряной энергетики.

14. В чем состоит проблема ядерных отходов?

15. Кто является ценовым конкурентом АЭС?

16. Какая электростанция является самой мощной в России? Чему там равна себестоимость электроэнергии?

17. Перечислите основные проблемы гидроэнергетики.

Задание 5. Вопросы к фильму «Электронные деньги: цифровая угроза».

1. Что такое «виртуальные деньги»?

2. Какая угроза является наиболее явной для владельцев электронных кошельков?

3. Какие события, связанные с крупнейшей платежной системой, произошли в 2006-м году?

4. Что такое «отмывание денег»?

5. Почему в платежный системах ограничивают размер переводов?

6. Как эксперты оценивают размер доходов неподконтрольных государству платежных систем?

7. На какой вид денег приходится максимум теневого оборота?

8. Что такое адикция к трате денег?

9. Шопоголизм и электронные деньги.

10. Существует ли риск банкротства платежной системы?

11. Где размещены деньги, внесенные в «электронный» кошелѐк?

12. Что будет, если электронная платѐжная система обанкротится? Каковы различия в последствиях банкротства электронной платежной системы и банков?

13. Можно ли украсть электронные деньги? Как это сделать?
14. Что такое «фишинг»?
15. Что такое «финансовая пирамида»?
16. Кто сказал: «Ощущение, что электронные деньги созданы только для меня»?
17. Что такое «частные валюты»? Есть ли у них перспективы?

Задание 6. Вопросы к фильму «Пища Франкенштейна»

1. Что в фильме названо «пищей Франкенштейна» и почему?
2. Почему погибло стадо коров у немецкого фермера, по его мнению?
3. Что такое ГМО?
4. Как и для чего получают генномодифицированный помидор?
5. Сколько лет уже используют трансгенные корма для коров?
6. Как связаны применение гербицидов, ГМО и заболеваемость раком?
7. Накапливают ли растения глифосат?
8. Может ли плазмид переносить ДНК ГМО в ДНК человека?
9. Что такое «генная пушка»?
10. Могут ли у трансгенных растений появляться незапланированные признаки?
11. Что такое «молчащие гены» и чем они опасны?
12. Что случилось с теляпией на Кубе?
13. Что случилось в США при переопылении сорняков?
14. Чем поучительная история с борщевиком?
15. Является ли семенной фонд гарантией сохранения «чистых растений»?
16. Какие результаты дал опыт с трансгенной соей и мышами в 2005-м году? Считают ли учёные корректными полученные результаты?
17. Какие опасности ГМО можно считать реальными?

Задание 7. Вопросы к фильму «Супермикроб»

1. Какие инфекции человечество смогло победить?
2. Все ли инфекции побеждены?
3. Что такое «супермикроб»: реальная опасность или миф?
4. Знает ли человечество механизм распространения инфекций?
5. Что такое «пандемия»?
6. Почему человечество так и не научилось бороться с гриппом?
7. Как появляются новые инфекции?
8. Что такое «горизонтальный перенос генов»? Чем это явление опасно для человека?
9. Что такое «лекарственная устойчивость»?
10. О чем говорилось в выступлении лауреата Нобелевской премии в 1952 году? Все ли его утверждения истинны?
11. Почему туберкулѐз снова стал смертельно опасным заболеванием?
12. Что такое «постантибиотиковая эра»?
13. Что такое «бактериофаги»?
14. Каков механизм распространения природных инфекций?
15. Почему отдельные виды гриппа носят названия «птичий» и «свиной»?
16. Откуда пришел ВИЧ?
17. Есть ли вакцина от ВИЧ?
18. Может ли снова вернуться оспа?
19. Что такое «болезни прогресса»?

Типовые оценочные материалы по теме 4 Циклы в глобальной и национальной экономике

<u>Типовые вопросы для подготовки к опросу:</u>

1. Охарактеризуйте понятие «цикл» в экономике.
2. Перечислите виды циклов, присущих экономической деятельности и экономическому развитию.
3. Приведите определение экономического цикла.

4. Что означает цикличность развития? Что такое экономический цикл? Из каких фаз он состоит?

5. Опишите каждую фазу цикла. Какая фаза является определяющей в экономическом цикле?

6. Каков механизм перехода от одной фазы цикла к другой?

7. Как можно объяснить причины циклического развития? Какие объяснения причин цикличности кажутся Вам самыми убедительными?

8. Какова связь инвестиций с цикличностью развития?

9. Как различаются циклы по срокам? Объясните долгосрочные колебания в экономике. Как объясняются среднесрочные циклы? Чем они обусловлены?

10. Что входит в арсенал государственной антициклической политики?

Типовые темы для проведения Круглого стола (дискуссии):

1. Модели экономического роста (производственная функция Кобба-Дугласа, модель Харрода-Домара, модель Р. Солоу).
2. Краткая история циклов.
3. Структурные кризисы и кризис трансформации в России.
4. Теория «длинных волн» Н. Д. Кондратьева.

Типовое задание по опорному конспекту

конспектирование лекционного материала по теме, размещенного преподавателем на образовательном портале: традиционным способом, посредством составления блок-схемы или разработки ментальной карты.

Типовое ситуационное (практическое) задание

Задание 1. Укажите, какие из следующих утверждений являются правильными, а какие – ошибочными:

а) признаками рецессии являются уменьшение объема выпуска, рост уровня безработицы увеличение объема социальных выплат;

б) в фазе подъема растет не только уровень цен, но и уровень безработицы;

в) в течение нескольких лет в стране наблюдалось ежегодное увеличение номинального ВВП, что свидетельствует об экономическом росте в этой стране;

г) интернальная теория цикла объясняет экономические кризисы случайностями, природными явлениями, общественными явлениями неэкономического характера;

д) экономический рост, может быть, отображен как движение от одной точки на кривой производственных возможностей к другой точке на той же кривой;

е) экстенсивный экономический рост характеризуется увеличением объемов производства за счет наращивания качественно неизменных факторов производства;

ж) в модели AD-AS экономический рост может быть представлен как сдвиг вправо кривой совокупного предложения;

з) источником интенсивного экономического роста может быть открытие шельфовых месторождений нефти в Северном море;

и) если у фирм накапливаются товарные запасы, то в будущем можно ожидать снижения уровня занятости;

к) если правительство страны стремится преодолеть экономический кризис, то оно должно принять меры, направленные на сокращение совокупного спроса;

л) в модели Кобба-Дугласа главная роль в обеспечении экономического роста отводится сочетанию затрат труда и капитала;

м) если национальная экономика находится в фазе депрессии, то в модели AD-AS такой ситуации соответствует кейнсианский отрезок кривой AS.

Задание 2. Какие процессы характерны для периода рецессии, а какие – для экспансии:

а) сокращение объема розничных продаж;

б) повышение заработной платы;

в) рост товарных запасов фирм;

г) увеличение налоговых поступлений в государственный бюджет;
д) появление дефицита государственного бюджета;
е) рост уровня занятости;
ж) сокращение спроса на рабочую силу;
з) увеличение прибыли фирм;
и) падение курсов акций фирм;
к) сокращение чистых инвестиций;
л) рост сбережений домохозяйств;
м) рост выплат социальных пособий;
н) рост уровня цен;
о) рост безработицы.

Задание 3. Проанализируйте, как развивается экономический кризис в результате возникновения следующих явлений:

а) снижение доходов населения;
б) рост сбережений в экономике;
в) негативные шоки совокупного предложения;
г) ошибочные действия государства в области регулирования денежного обращения и кредита;
д) военные действия;
е) чрезмерное инвестирование в экономике.

Задание 4. Денежная масса в экономике М в начале года составляла 172 млрд. руб., скорость обращения денег за период не менялась и была равна 0,8. Уровень цен также не изменялся. В конце года количество денег увеличилось в 1, 5 раза. Определите величину роста (спада) экономики в процентах.

Задание 5. В начале периода экономика характеризовалась следующими показателями: денежная масса в обращении — 100 млрд. руб.; уровень цен — 10 руб. за единицу продукта; скорость обращения денег — 0,6. К концу года аналогичные показатели изменились соответственно: 120 млрд. руб.; 15 руб.; 0,8. Определите изменение экономической динамики (спада или роста) в процентах.

Типовые тесты

1. Какое понятие из перечисленных ниже не относится к фазам экономического цикла?

а) стагнация;
б) рецессия;
в) спад;
г) оживление

2. Циклические колебания в экономике следует рассматривать как:

а) материальные и финансовые потери общества;
б) изъяны рыночной экономики;
в) один из факторов экономического прогресса.

3. Причинами возникновения «малых циклов» является неравномерность:

а) воспроизводства оборотного капитала;
б) воспроизводства основного капитала;
в) спроса в жилищном строительстве;
г) научных открытий.

4. Автором теории «длинных волн экономической конъюнктуры» является:

а) С. Кузнец;
б) Н.Д. Кондратьев;
в) Дж. Кейнс;
г) В. Леонтьев.

5. «Длинноволновые» циклы порождаются в результате:

а) неравномерности спроса в жилищном строительстве;
б) научных открытий, внедрения в производство новых методов организации труда;
в) неравномерности воспроизводства оборотного капитала;
г) неравномерности воспроизводства основного капитала.

6. Разработка теории длинных волн была начата в:
а) начале XX века;
б) конце XIX века;
в) середине XX века;
г) 30-е гг. XX века.

7. К. Маркс исследовал:
а) промышленные циклы;
б) малые циклы;
в) строительные циклы;
г) длинноволновые циклы.

8. Саймон Кузнец разработал и исследовал следующий вид экономического цикла:
а) отраслевой;
б) промышленный;
в) длинноволновый;
г) строительный;
д) малый.

9. Кондратьев Н.Д. осуществил многофакторный анализ экономического роста, позволивший выделить:
а) один цикл;
б) два цикла;
в) пять циклов;
г) три цикла.

10. Промежуток времени между двумя точками, находящимися на одинаковых стадиях циклических колебаний – это:
а) амплитуда циклических колебаний;
б) период цикла;
в) низшая точка спада.

11. Фаза экономического цикла, в ходе которой восстанавливаются пропорции общественного производства, называется:
а) оживление;
б) подъем;
г) депрессия;
д) кризис.

12. Период экономики, характеризующийся застоем в производстве, вялостью торговли, наличием большой массы свободного денежного капитала, называется:
а) кризисом;
б) депрессией;
в) «впадиной» цикла;
г) низшей точкой спада.

13. Материальной основой циклического развития является специфика:
а) движения основного капитала, инвестиционного процесса:
б) обновления оборотного капитала;
в) функционирования рынка ценных бумаг;
г) все правильно кроме п. «б».

14. Какой из перечисленных ниже процессов не относится к фазе спада?
а) сокращение прибыли;
б) падение курса акций;
в) уменьшение выплат по безработице;
г) снижение уровня процентных ставок.

15. Какое из перечисленных ниже мероприятий государство осуществляет в фазе подъема экономики?

а) увеличивает государственные расходы;

б) снижает налоговые ставки;

в) осуществляет политику ускоренной амортизации;

г) проводит политику ограничения совокупного спроса.

16. Первый экономический кризис произошел в:

а) 1825 г.;

б) 1857 г.;

в) 1929 г.;

г) 1974 г.

17. Состояние экономики, когда низкая деловая активность сочетается с высоким уровнем безработицы и инфляции, называется:

а) стагнация;

б) рецессия;

в) стагфляция;

г) депрессия.

18. Для современного экономического цикла характерно:

а) удлинение фаз экономического спада;

б) уменьшение амплитуды колебаний объемов производства;

в) сокращение фазы подъема производства;

г) увеличение амплитуды колебаний объемов производства.

19. Представители кейнсианского направления рекомендуют в период кризиса использовать следующие меры:

а) увеличить государственные закупки товаров и услуг;

б) повысить процентную ставку;

в) уменьшить государственные заказы частному бизнесу;

г) ограничить инвестиции.

20. Ученые монетаристского направления считают, что в период кризиса необходимо использовать такие меры, как:

а) рост государственных закупок;

б) повышение процентной ставки;

в) повышение налогов;

г) сдерживание совокупного предложения.

Типовые оценочные материалы по теме 5 Методы прогнозирования изменения внешней среды

<u>Типовые вопросы для подготовки к опросу:</u>

1. Что такое «золотой миллиард»?
2. Дайте определение постиндустриального общества.
3. Какие новые угрозы могут быть связаны с переходом к постиндустриальному уровню развития?
4. Сценарий «Даосский мир».
5. Сценарий «PAX AMERICANA».
6. Сценарий «Новый халифат».
7. Сценарий «Спираль страха».
8. Как дословно можно перевести такой метод, как методология Форсайта?
9. Какова латинская аббревиатура слова Форсайт?
10. Что понимается под научным предвидением?
11. Назовите фундаментальные работы по Форсайту.
12. Назовите этапы в эволюции Форсайта.
13. Какова сущность методологии Форсайта?

14. На какой временной горизонт рассчитано использование методологии Форсайта?
15. Какие количественные показатели применяются в качестве доказательств, когда используется методология Форсайта?
16. Включает ли методология Форсайта другие методы экспертных оценок?
17. Взаимодействие каких субъектов экономики изучается в процессе использования методологии Форсайта?
18. На каких методах экспертной оценки основана технология Форсайта: на качественных, количественных или квази-количественных? Включает ли метод Форсайта изучение правовой базы?
19. В чем суть области применения Форсайта (Scope)?
20. Что понимается под элементами, характеризующие Scope ?
21. Горизонт Форсайта – подходы к определению.
22. Каковы непосредственные результаты и конечные эффекты Форсайта?
23. Что понимается под Методом «суда»?
24. Форсайт и разработка дорожных карт.
25. В чем суть Метода «мозгового штурма»?

Типовые темы для проведения круглого стола (дискуссии):

1. Форсайт как технология стратегического планирования и управления.
2. Форсайт - новый метод построения будущего
3. Форсайт – инновационный инструмент моделирования будущего
4. «Черный лебедь» в ставках на спорт.
5. Теория черного лебедя в контексте региональной экономики
6. Прогнозирование инновационной деятельности на основе применения технологии Форсайта
7. Сценарное планирование как основа разработки стратегии.
8. Особенность построения сценарного планирования
9. Использование сценарного планирования в деятельности организации.
10. Отечественный опыт развития сценарного планирования.

Типовое задание по опорному конспекту

конспектирование лекционного материала по теме, размещенного преподавателем на образовательном портале: традиционным способом, посредством составления блок-схемы или разработки ментальной карты.

Типовое ситуационное (практическое) задание

Задание 1. Провести обзор имеющейся информации о российских Форсайтах: Форсайт развития российских информационных технологий, Промышленно-энергетический Форсайт, Форсайт-проект Курчатовского научного центра, Научно-технологический Форсайт Министерства образования и науки РФ.

Провести анализ материала.

Сделать заключение о целях, задачах, составе участников, используемых методах, о наиболее перспективных направлениях, выделенных в ходе Форсайта.

Типовое задание Кейс Ознакомьтесь с материалом из «Прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов»

(http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=282738&fld)

Ответьте на следующие вопросы:

1. Назовите факторы, влияющие на рынок труда в России в среднесрочной перспективе.
2. Каковы тенденции изменения безработицы в России в 2020-2023 гг., факторы их определяющие.

3. Как будет изменятся реальная заработная плата в России 2021-2023 гг., факторы их определяющие.

Деловая игра по проведению Форсайт-сессии «Эффективные технологии успеха»

Цель: создание желаемого образа будущего и определение стратегий его достижения.

Задачи:

– Формирование единого «поля представлений» участников сессии об актуальных трендах и событиях будущего.

– Составление участниками сессии «карты будущего», описывающей основные возможные события, которые будут влиять на достижение желаемых целей.

– Согласование участниками сессии своих позиций относительно существенных факторов, влияющих на достижение поставленных целей.

– Формирование «дорожной карты» успешного будущего.

Необходимые материалы: доска или флипчарт, бумага для флипчарта, цветные маркеры, ватман для каждой малой группы, набор стикеров.

Ведущий (фасилитатор): преподаватель.

Целевая аудитория: 15–25 человек.

Время проведения сессии: 2–4 часа

Ход деловой игры:

Ведущий: проговаривает и прописывает (на флипчарте либо на презентационном слайде) цель и основные задачи сессии, маршрут работы, основные результаты, которые должны быть получены в ходе групповой деятельности; объявляет регламент работы; устанавливает правила группового взаимодействия.

Далее ведущий дает участникам определение Форсайта, разбирает с ними понятие тренда1, проводит небольшую дискуссию на тему, что такое успех, успешная личность, успешное будущее. Участникам дается установка, что будущее не предопределено, его фундамент закладывается нашими настоящими действиями и решениями.

Задание 1. Команда участников делится на несколько малых групп. В малых группах проводится мозговой штурм на тему поиска актуальных трендов в современном обществе. Также группы определяют, какие тренды нужно поддерживать для формирования успеха в разных сферах общества и своей жизни, а какие тренды мешают для развития и совершенствования личности и общества в целом. Каждый выделенный тренд записывается на стикере, затем его приклеивают на флипчарт.

Задание 2. Группам дается задание с учетом выделенных ранее положительных трендов смоделировать и нарисовать свой образ успешного будущего, каким они его видят через пять лет.

Можно предложить группе представить будущее метафорически с помощью упражнения «Карта успешного будущего». Упражнение позволит повысить уровень своих потенциальных возможностей, расширить горизонт мировосприятия, научиться более четко и осознанно формулировать цели.

Упражнение «Карта будущего» Начертите карту своего успешного будущего. Ваши глобальные цели обозначьте как пункты местности, в которых вы хотели бы оказаться. Обозначьте также промежуточные большие и маленькие цели на пути к ним. Придумайте и напишите названия для «пунктов-целей», к которым вы стремитесь в своей личной и профессиональной жизни. Нарисуйте также улицы и дороги, по которым вы будете идти.

Как вы будете добираться до своих целей? Самым коротким или обходным путем?

Какие препятствия вам предстоит преодолеть?

На какую помощь вы можете рассчитывать?

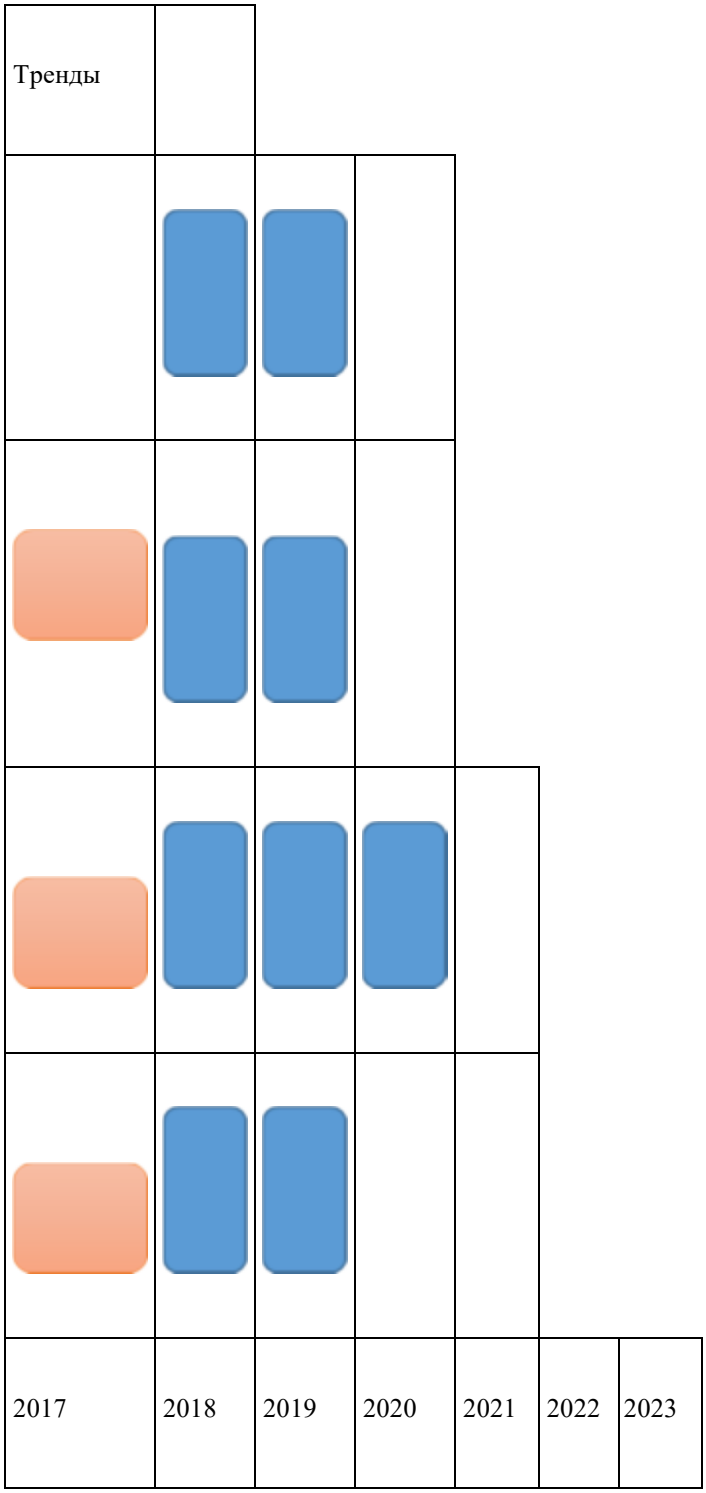
Какие местности вам придется пересечь на своем пути: цветущие и плодородные края, пустыни, глухие и заброшенные места?

Будете ли вы прокладывать дороги и тропы в одиночестве или с кем-нибудь?

Вы можете представить свое успешное будущее в виде наклеенных на ватмане желаний-рисунков, вырезанных из журналов.

Задание 3. После окончания работы по моделированию успешного будущего группам предлагается разработать план развития личности на 5 лет и внести основные мероприятия в дорожную карту.

Пример дорожной карты (тренды и основные мероприятия прописаны на стикерах).



Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся по Б1.В.08.03 Экономика и управление организацией

Типовые оценочные материалы по теме 1: «Организация (предприятие) как хозяйствующий субъект и объект управления»

Типовые вопросы для опроса:

1. Определите основные характеристики предпринимательства как деятельности.

2. Назовите и охарактеризуйте виды предпринимательства.
3. Дайте понятие организации, приведите разные трактовки, обоснуйте выводы.
4. Опишите экономические ресурсы как условие создания и функционирования организаций.
5. Каковы характеристики организации?
6. Раскройте виды организаций по различным классификационным признакам.
7. Каков механизм функционирования организации в условиях рыночной экономики?

Опрос проводится в условиях аудиторной работы.

*- 2 часа занятий семинарского типа проводятся в интерактивной форме – обсуждение ситуационных заданий в аудиторной форме, при работе в условиях ДОТ – в форме обсуждения в форуме в чате.

Типовые ситуационные задания:

1. Согласны ли Вы со следующими утверждениями? Ответ обоснуйте.

– Организация обладает правами юридического лица;
– Каждая организация действует на основании устава;
– Основной вид деятельности многопрофильной организации определяется по его удельному весу в выручке от реализации или прибыли;
– Понятие «фирма» и «предприятие» можно трактовать как синонимы;
– Физические лица не могут заниматься предпринимательской деятельностью;
– Средней можно считать организацию с численностью человек свыше двухсот;
– Организация создаётся в целях получения прибыли и удовлетворения общественных потребностей.

2. Самостоятельно ознакомьтесь с учредительным документом выбранной Вами организации. Законспектируйте структуру данного документа.
3. Заполните следующую таблицу:

Организационно-правовая форма организации	Преимущества	Недостатки

Типовые оценочные материалы по теме 2: «Основные и оборотные средства организации»

Типовые вопросы для опроса:

1. Что понимается под основными фондами организации?
2. Что относится к основным фондам организации? Какова их классификация?
3. В чём заключается значение основных фондов для организации?
4. Каким образом осуществляется оценка основных фондов?
5. Раскройте вопрос износа и амортизации основных фондов.
6. Какие показатели состояния и движения основных фондов Вы знаете? Как они рассчитываются?
7. Каким образом можно оценить эффективность использования основных фондов?
8. Какие способы воспроизводства основных фондов Вам известны?
9. Дайте понятие оборотных средств. Каков их состав?
10. Перечислите виды оборотных средств.
11. При помощи каких показателей может быть оценена эффективность использования оборотных средств?
12. Как организация может определить потребность в оборотных средствах?

Типовые расчетные задания:

*- 2 часа занятий семинарского типа проводятся в интерактивной форме – обсуждение результатов оценки, интерпретации итогов расчетов, при работе в условиях ДОТ – в форме обсуждения в форуме в чате.

1. На предприятии имеются в наличии основные фонды (тыс. руб.): основные фонды на начало года – 17430, поступило в отчетном году – 1360, в т.ч. введено в действие – 1130, выбыло

в отчетном году – 670, износ основных фондов на начало года – 1620, износ основных фондов на конец года – 1440. Определить техническое состояние основных фондов.

2. Определить среднегодовую стоимость ОПФ, стоимость их на конец года и сумму амортизации при условии: стоимость ОПФ на начало года – 2700 тыс.руб., вводится с 15 сентября – 160 тыс.руб., выбытие с 1 мая – 180 тыс.руб. Норма амортизации равна 10%.

3. По данным приведенным в таблице, определить фондоотдачу и фондоемкость и фондовооруженность основных производственных фондов, указать в какой организации лучше используются основные производственные фонды.

Показатели	Организация А	Организация Б
товарная продукция, тыс. руб.	520000	340000
среднегодовая стоимость ОПФ, тыс.руб.	346000	12600
среднесписочная численность рабочих, чел.	800	560
прибыль от реализации продукции, тыс.руб.	8800	6700

4. Определить эффективность использования оборотных средств в течение года, если объем строительно-монтажных работ составляет 38700 тыс. руб. и средний размер оборотных средств –7770 тыс. руб.

5. Определить коэффициент оборачиваемости оборотных средств, если известно, что объем строительно-монтажных работ 21 млн. руб., а оборотные средства равны 3 млн. руб.

6. Остатки оборотных средств составляли, тыс. руб.:

на 1 января	1 235	на 1 июля	1 270
на 1 февраля	1 245	на 1 августа	1 266
на 1 марта	1 255	на 1 сентября	1 230
на 1 апреля	1 240	на 1 октября	1 244
на 1 мая	1 278	на 1 ноября	1 256
на 1 июня	1 246	на 1 декабря	1 265
		на 31 декабря	1 250

Рассчитайте:

1) среднеквартальные и среднегодовые остатки оборотных средств;

2) оборачиваемость оборотных средств (длительность оборота) по кварталам и за год, если объем реализованной продукции составил:

Квартал	I	II	III	IV
Сумма, тыс. руб.	1 456	1 266	1 894	1 704

Типовые оценочные материалы по теме 3: «Экономические показатели деятельности организации»

Типовые вопросы для опроса:

1. Дайте определение доходов организации?
2. Что входит в состав доходов, от каких факторов зависят доходы?
3. Дайте определение расходов организации?
4. Какие виды расходов организации Вам известны?
5. Что понимается под себестоимостью продукции?
6. Какие расходы включаются в себестоимость продукции?
7. Раскройте вопрос управления расходами на предприятии.
8. Каким образом осуществляется калькуляция себестоимости единицы продукции?
9. Какова экономическая сущность прибыли организации?
10. Каковы цели и задачи управления прибылью?

11. Какие элементы входят в структуру механизма управления прибылью?
12. Какие мероприятия могут поспособствовать увеличению прибыли организации?
13. Дайте определение рентабельности.
14. Какие показатели рентабельности Вам известны? Каким образом они рассчитываются?

*- 2 часа занятий семинарского типа проводятся в интерактивной форме – обсуждение результатов оценки, интерпретации итогов расчетов, при работе в условиях ДОТ – в форме обсуждения в форуме в чате.

Типовые расчетные задания:

1. Структура себестоимости по статьям калькуляции в расчете на 1000 изделий выглядит следующим образом:
Сырье и основные материалы — 3 млн. руб.;
Топливо и электроэнергия на технологические цели — 1,5 млн. руб.;
Оплата труда основных производственных рабочих — 2 млн. руб.;
Начисления на оплату труда — 40% к оплате труда основных производственных рабочих;
Общепроизводственные расходы — 10% к оплате труда основных производственных рабочих.
Общехозяйственные расходы — 20% к оплате труда основных производственных рабочих.
Расходы на транспортировку и упаковку — 5% к производственной себестоимости.

Необходимо определить уровень цены изготовителя за одно изделие и размер прибыли от реализации одного изделия, если приемлемая для изготовителя рентабельность составляет 15%.

2. Проведите калькуляцию себестоимости единиц товаров A, B и C.

	A	B	C	D
1	**Данные**	**Товар A**	**Товар B**	**Товар C**
2	Сырье и материалы, тыс. руб.	1640	9636	1536
3	Комплектующие, тыс. руб.	295	136	148
4	Возвратные отходы, %	12,54%	20,50%	20,30%
5	Топливо и энергия, тыс. руб.	238	247	310
6	Основная заработная плата, тыс. руб.	648	138	587
7	Прибыль, %	3,45%	3,87%	7,85%
8	НДС, %	20,00%	20,00%	20,00%

3. Товарная продукция в оптовых ценах 7500 тыс. руб. Себестоимость товарной продукции 6800 тыс.руб. Прибыль от внереализованных операций – 150 тыс.руб. Определить прибыль от реализации продукции основной деятельности предприятия, общую балансовую прибыль предприятия.

4. Определить показатели рентабельности производства (общую, расчетную) при условии: величина балансовой прибыли 800 тыс.руб., среднегодовая стоимость основных производственных фондов – 9600 тыс.руб., среднегодовая стоимость нормируемых оборотных средств составляет 35 % от стоимости основных фондов; освобождаются от платы производственные фонды на сумму 450 тыс.руб., плата за проценты краткосрочного банковского кредита 200 тыс.руб.

5. Типография располагает следующими данными:
– реализованная продукция 65034,6 тыс. руб.;
– полная себестоимость продукции 53481 тыс. руб.
Рассчитать прибыль от реализации продукции, рентабельность изделий.

6. Определить прибыль и рентабельность от реализации 5000 шт. журнала при себестоимости 1 шт. 128 руб. и оптовой цене 140 руб.

7. Определить общую рентабельность, если выручка от реализации товарной продукции ВТП = 250 тыс. руб.; себестоимость реализации $С_{реал}$ = 200 тыс. руб.; остаточная стоимость реализуемого имущества $Ц_{о}$ = 15 тыс. руб.; ликвидационная стоимость имущества $Ц_{л}$ = 10 тыс. руб.; пени и штрафы, уплаченные в бюджет, составляют 5 тыс. руб.; среднегодовая стоимость основных производственных фондов $ОПФ_{ср}$ = 200 тыс. руб., оборотных средств $ОС_{ср}$=50 тыс. руб.

8. Определить норму времени на изготовление изделия А и норму выработки за смену. За 8-часовую смену изготовлено 22 изделия, норма выработки выполнена на 110%.

9. По материалам баланса рабочего времени (в мин.) рассчитать коэффициент полезного использования рабочего времени, потерь и возможного увеличения производительности труда при полном устранении этих потерь.
Исходные данные:
Подготовительно-заключительное время (ПЗ) – 42 час.
Оперативное время (ОП) – 530 час.
Обслуживание рабочего места (ОБ) – 25 час.
Технологические регламентированные перерывы (ПТ1) – 42 час.
Простои по организационно-техническим причинам (ПТ2) – 59 час.
Простои в связи с нарушением дисциплины (ПНД) – 32 час.
Нерегламентированные перерывы (ПН) – 15 час.
Время на отдых и личные надобности (ОТЛ) – ?

10. На предприятии пищевой промышленности кадровый состав предприятия - 1000 человек, а именно:
промышленно-производственный персонал - 980 человек, из них:
основные рабочие - 420 человек,
вспомогательные рабочие - 400 человек,
руководители и специалисты - 80 человек,
служащие - 50 человек.
Непромышленный персонал предприятия - 20 человек.
Определите:
1) удельный вес рабочих в общей численности персонала предприятия (%);
2) коэффициент численности основных рабочих;
3) выработку продукции на одного работника, если объем продукции составил 7056 тыс. руб.

Типовые оценочные материалы по теме 4: «Управление организацией»:

Типовые темы рефератов

Обучающийся самостоятельно выбирает тему, по которой будет выполнен реферат:

Сбор и анализ информации об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах

Типовая тематика рефератов

1. Определение понятия и классификация организаций
2. Иерархический тип структур управления организацией
3. Производство как объект управления
4. Предпринимательство как инициативная экономическая деятельность
5. Уставный капитал предприятия, его формирование
6. Органический тип структур управления
7. Система производственных программ

8. Качество продукции, факторы ее роста
9. Современная система взглядов на управление организацией
10. Сравнительные характеристики организационно-правовых форм предприятия
11. Качество продукции, методы его оценки
12. Миссия организации
13. Типы производства
14. Современная организация, ее поведение на рынке
15. Оптимальный объем производства и реализации продукции
16. Производственные и рыночные связи предприятия
17. Функциональное управление организацией
18. Конкурентоспособность продукции
19. Отрасли национальной экономики
20. Производственное и организационное построение предприятия
21. Производственная и организационная структуры предприятий
22. Стандарты и системы качества продукции

Защита рефератов осуществляется в форме групповой дискуссии – 2* часа в интерактивной форме, в случае использования ДОТ – в форме перекрестного рецензирования обучающимися рефератов одногруппников.

Типовые тестовые задания:

В заданиях верными могут быть несколько ответов:

1. Взаимоотношения, обеспечивающие координацию действий работников, находящихся на одном уровне управления, являются _____ связями управления:

1. горизонтальными;
2. прямыми;
3. обратными;
4. вертикальными,

2. Идеи мотивационной теории А. Маслоу больше всего связаны с …

1. мотивацией персонала управления;
2. надеждами человека на материальное вознаграждение;
3. производительностью работника;
4. общими потребностями человека,

3. Организация людей, созданная без вмешательства руководства, называется …

1. неформальной;
2. коммуникативной;
3. профсоюзной;
4. формальной,

4. Стиль руководства, ориентирующий подчиненных на самостоятельную работу без вмешательства руководителя, называется …

1. демократичный;
2. равноправный
3. либеральный
4. бюрократический

5. Иерархия управления – это…

1. количество ступеней управления
2. соподчиненность организационных уровней
3. децентрализация управления
4. порядок выработки управленческих решений

6. Внутренняя мотивация труда представляет собой процесс …

1. передачи полномочий от вышестоящих работников на более низкий уровень
2. зависимости между стажем работы сотрудников и их зарплатой

3. формирования у работников побуждений, сочетающих личные интересы с интересами предприятия

4. обеспечения прогрессивной системы оплаты труда

7. Основными факторами реального роста производительности труда на фирме являются…

1. увеличение количества персонала предприятия
2. делегирование полномочий и либеральный стиль управления
3. повышение технического уровня производства, совершенствование управления и организации производства
4. увеличение заработной платы работников

8. К каким из факторов изменения производительности труда относится совершенствование управления, организации производства и труда, планирование и управление кадрами и т.д.

1. экономические
2. социальные
3. регионально-экономические
4. экономико-географические

9. Прогнозирование, планирование, организация, мотивация, принятие решений и контроль являются функциями …

1. стратегического планирования
2. финансового планирования
3. менеджмента
4. маркетинга

10. Обеспечение равномерного выпуска продукции в заданных количествах в течении месяца при высоком качестве и наилучшем использовании производственных фондов является целью _____ планирования

1. долгосрочного
2. стратегического
3. оперативного
4. тактического

11. К организационно-управленческим недостаткам крупных фирм в осуществлении нововведений относятся…

1. невозможность привлечения заемных средств
2. быстрая реакция на изменения конъюнктуры рынка
3. невозможность организации инновационного отдела
4. подверженность бюрократизму, недоучет человеческого фактора

12. Процесс разработки организационной, технической и планово-экономической документации, необходимой для создания и осуществления на практике производственной системы называется

1. оптимизацией производства
2. проектированием организации производства
3. совершенствованием производственного процесса
4. реорганизацией производства

13. Научные принципы организации производства на предприятии предполагают организацию производственных процессов …

1. на основе принципов концентрации и кооперирования производства
2. во времени и в пространстве
3. только во времени
4. только в пространстве

14. Повторение через установленные периоды времени всех отдельных производственных процессов и всего производства определенного вида продукции является содержанием принципа…

1. пропорциональности
2. непрерывности

3. ритмичности
4. специализации

Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся по Б1.В.08.04 Менеджмент организации

Типовые оценочные материалы по теме 1. «*Введение в менеджмент организации. Общая характеристика, предмет курса*»

Типовые вопросы для опроса

1. Дайте краткую характеристику теории организаций и смежных наук.
2. Назовите основные тенденции в изменении организационных структур. Раскройте их содержание.
3. В чем сущность теории научного управления?
4. Каковы основные черты классической теории организации? Приведите принципы организации по Файолю.
5. Как можно охарактеризовать бюрократическую теорию организации?
6. Охарактеризуйте факторы эффективной организации («Система-4») и теорию административного поведения.
7. В чем сходство и различие разделения организационной системы на подсистемы в теории Гласиер и в традиционных представлениях о внутренней среде организации?
8. В чем сущность и каково значение теории организационного потенциала?
9. Раскройте содержание теории институтов и институциональных изменений.
10. Каковы основные особенности системного подхода к определению сущности организаций?
11. В чем заключается миссия организации? Приведите примеры миссии известных вам организаций.
12. В чем заключается связь между миссией и целями организации? Как и для чего формулируется общая цель (цели) организации?
13. Приведите примеры относительно закрытых организационных систем.
14. Каковы принципиальные отличия закрытых и открытых организационных систем?
15. Назовите основные различия между статичной и динамической организациями. Приведите примеры таких организаций.
16. Как можно классифицировать компоненты внутренней среды организации?

Типовые оценочные материалы по теме 2. «Формы интеграции организаций»

Типовые вопросы для опроса

1. Назовите общемировые тенденции организационного развития корпоративных структур.
2. Назовите основные черты корпорации как организационной формы интеграции предприятий.
3. Какие тенденции характерны для развития крупных корпораций в последние годы?
4. Какие методы использует государство при регулировании монополий?
5. Как распределены функции управления в холдинговых структурах?
6. Назовите преимущества холдинга перед другими формами контроля над компаниями.
7. Как можно классифицировать холдинги по принципам интеграции, профилю деятельности и формам собственности?
8. Каково назначение консорциумов? Перечислите их особенности.
9. Каковы особенности структуры конгломератов и их управления?
10. Какие современные условия характерны для организации и деятельности картелей?
11. Как распределяются полномочия в управлении между участниками синдиката?
12. Какие отношения устанавливаются между участниками треста?
13. Какие преимущества имеют компании, объединяющиеся в финансово-промышленные группы?
14. Как можно классифицировать финансово-промышленные группы?
15. Каковы отличия многонациональных, глобальных, международных и

транснациональных корпораций?

Типовые темы рефератов

1. Экономические процессы, способствующие развитию международных совместных предприятий.
2. Особенности управления международными совместными предприятиями.
3. Тенденции развития организационных структур в современной России.

Типовые оценочные материалы по теме 3. «Организационное проектирование»

Типовые вопросы для опроса

1. Что является основой методологии организационного проектирования?
2. В чем заключается системный подход при организационном проектировании?
3. Перечислите стадии процесса организационного проектирования. Каково их содержание?
4. Охарактеризуйте методы организационного проектирования. Каково их практическое использование?
5. Назовите критерии оценки эффективности организационных решений.
6. Какие показатели могут использоваться при оценке эффективности организационной структуры?
7. Укажите факторы, вызывающие необходимость корректировки организационных структур.
8. Какие взаимосвязи существуют между стратегией и организационной структурой?
9. Какие этапы анализа стратегии используются при разработке и совершенствовании организационной структуры?
10. Дайте характеристику этапов процесса реорганизации.
11. Какие социальные процессы необходимо учитывать при реорганизации предприятий?
12. Как следует рационально провести реорганизацию предприятия? Как и когда следует использовать для этих целей внешние специализированные (консалтинговые) организации?
13. Какие основные факторы определяют необходимость изменений (реорганизации)предприятия?
14. Какие основные методы используются на этапах реорганизации предприятий?
15. Какое место занимает система обучения управленческого аппарата в процессе реорганизации? Как организуется эта система?
16. Какие критерии оценки эффективности используются при различных временных подходах к анализу деятельности организации?

Типовые оценочные материалы по теме 4. «Структурный подход к управлению организацией»

Типовые вопросы для опроса

1. Приведите пример организационной структуры и покажите на нем горизонтальное и вертикальное разделение управленческого труда.
2. Какие факторы определяют численность подчиненных у одного руководителя?
3. Какими методами можно рассчитать численность подчиненных?
4. В чем заключается содержание департаментализации и каковы ее виды?
5. В чем заключаются взаимосвязь и противоречие между децентрализацией управления и контролем управленческих решений?
6. Каковы различия в организационных структурах традиционных и предпринимательских организаций?
7. Опишите основные принципы групповой работы, приведите известные вам примеры организации команд для решения конкретных проблем.
8. Приведите условную схему организационной структуры и покажите на ней прохождение управленческой информации в организациях с централизованным и децентрализованным управлением.
9. Как можно осуществить переход организации от централизованной к децентрализованной системе управления?

10. Как внешняя среда организации влияет на ее структуру, степень централизации и децентрализации управления?

11. Что такое делегирование полномочий? Какое влияние оно оказывает на организационную структуру и на децентрализацию?

12. Как изменяется ответственность за управленческие решения при делегировании полномочий?

13. Какие функции обычно сохраняются централизованными при децентрализации управления?

Типовые ситуационные задания по теме 4

Установите соответствие между приведенными характеристиками и тем или иным типом оргструктуры, поставив знак «+» или «–».

Характеристика	Бюрократические	Адаптивные
Все задачи четко закреплены руководством за каждым исполнителем		
Цели ставятся перед командами (группами) работников, а распределение заданий отдельным исполнителям производится внутри групп самостоятельно		
Коммуникации осуществляются в основном по вертикали		
Коммуникации осуществляются в основном по горизонтали		
Принятие решений централизовано		
Принятие решений децентрализовано		
Жесткость, иерархичность, стабильность состава уровней, звеньев и единиц		
Гибкость, распределенность, переменчивость состава уровней, звеньев и единиц		

Типовые оценочные материалы по теме 5. «Адаптация организации к рынку»

Типовые вопросы для опроса

1. Какое влияние оказывает изменение форм собственности на организационную структуру?

2. Как внешняя среда и предпринимательская инфраструктура воздействуют на организационные формы?

3. Какие организации формируют инфраструктуру предпринимательской деятельности?

4. Как влияют рыночные механизмы на организационную структуру предприятия? Какие новые структурные звенья возникают в условиях перехода к рынку?

5. Как разделяются функции между собственником и руководителем в условиях рынка?

6. Охарактеризуйте субъекты экономических отношений на малых и средних предприятиях.

7. По каким признакам выделяются малые предприятия?

8. Как распределяются функции управления в органах управления акционерным обществом?

9. Какова роль и как организована деятельность государственных предприятий?

10. Какие основные изменения происходят в структуре государственного управления при разгосударствлении собственности?

Типовые темы рефератов

1. Тенденции развития малых предприятий в России.

2. Способы реорганизации акционерных обществ, предусмотренные законодательством.

3. Особенности, характерные для инфраструктуры акционерных обществ.

Типовое ситуационное задание по теме 5

1. Выполните SWOT-анализ крупного города (в качестве примера можно взять любой из городов-центров субъектов РФ в Дальневосточном федеральном округе). Заполните SWOT-матрицу, указав сочетания, характерные для каждого из четырех квадрантов.

2. Разработайте дерево целей администрации российского города с учетом городской специфики:

1. Город с населением 25 тыс. чел., в котором расположено одно крупное градообразующее предприятие, продукция которого оказывается не в состоянии конкурировать с более дешевыми импортными аналогами. Город расположен рядом с уникальным природным объектом всемирного значения.

2. Город с населением 30 тыс. чел., расположенный в бедном ресурсами субъекте РФ, на периферии страны, в 100 км от российско-китайской границы. Население города занято в основном на объектах социальной сферы и на предприятии ОАО РЖД (через город проходит железнодорожная магистраль).

3. Город с населением 1,5 млн чел., в котором расположены крупные промышленные предприятия, научные институты, учебные заведения, предприятия транспорта, торговли, других отраслей хозяйства

Типовые оценочные материалы по теме 6. «Перспективные направления развития организаций»

Типовые вопросы для опроса

1. Назовите и дайте характеристику перспективным направлениям развития организаций.
2. В чем сущность и значение организаций с «внутренними рынками»?
3. Перечислите и раскройте сущность основных свойств организаций будущего.
4. Какие факторы оказали влияние на организацию сетевых структур?
5. Как изменяются отношения в системе «заказчик - генеральный подрядчик - субподрядчики» при введении сетевой структуры?
6. Как организуется управление проектом в условиях сетевой структуры?
7. Назовите особенности внутренних и внешних сетей.
8. Охарактеризуйте функции центральной фирмы в условиях сетевой структуры.
9. В чем особенности и каков механизм функционирования виртуальной организации?
10. Что из себя представляет многомерная организация? Какое влияние она оказывает на адаптацию предприятия к изменяющимся условиям?

Типовые темы эссе

1. Возможна ли, на ваш взгляд, «демократическая иерархия»? Как эта проблема решена в круговой организации?
2. Как формируется и функционирует интеллектуальная организация?
3. Какова роль обучающихся организаций в развитии и повышении эффективности управления?
4. Назовите пять обучающих дисциплин и охарактеризуйте основные принципы построения и деятельности обучающейся организации.

4.3 Зачет по Б1.В.08.01 Правовые основы управления проводится с применением следующих методов (средств):

Письменный зачет проводится с использованием зачетных билетов. Зачетный билет включает 2 вопроса. Выполнение зачетных заданий оценивается из расчета за каждый правильный ответ – 15 баллов. Максимальное количество правильных ответов по билету –

30, что равняется 30 баллам.

На выполнение задания обучающемуся отводится 60 минут.

Обязательным условием итоговой оценки сформированности этапа компетенции также является (помимо промежуточной аттестации) выполнение всех форм текущего контроля. Максимальное количество баллов, которые может набрать обучающийся в рамках изучения дисциплины равно 100 баллов, при этом 70 баллов приходится на текущую аттестацию и 30 баллов - на промежуточную аттестацию (зачет).

Процедура проведения зачета установлена в соответствии с Регламентом по проведению промежуточной аттестации с применением балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся в Дальневосточном институте управления – филиале РАНХиГС.

4.3 Зачет по Б1.В.08.02 Внешняя среда бизнеса проводится с применением следующих методов (средств):

Тестирование аудиторно (посредством СДО института): банк заданий аудиторно – 25 вопросов, время тестирования не более 50 минут, через СДО банк вопросов - 100 заданий, выборка – 20 вопросов, время тестирования – 60 минут, 2 попытки.

Обязательным условием итоговой оценки сформированности этапа компетенции также является (помимо промежуточной аттестации) выполнение всех форм текущего контроля. Максимальное количество баллов, которые может набрать обучающийся в рамках изучения дисциплины равно 100 баллов, при этом 70 баллов приходится на текущую аттестацию и 30 баллов - на промежуточную аттестацию (зачет).

Процедура проведения зачета установлена в соответствии с Регламентом по проведению промежуточной аттестации с применением балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся в Дальневосточном институте управления – филиале РАНХиГС.

4.3 Экзамен по Б1.В.08.03 Экономика и управление организацией проводится с применением следующих методов (средств):

форма проведения – письменная / устно в ДОТ;

экзаменационные задания, включают **20** тестовых заданий с закрытыми вопросами, 1 ситуационное задание, 1 расчетное задание.

На выполнение задания обучающемуся отводится 60 минут.

Обязательным условием итоговой оценки сформированности этапа компетенции также является (помимо промежуточной аттестации) выполнение всех форм текущего контроля. Максимальное количество баллов, которые может набрать обучающийся в рамках изучения дисциплины равно 100 баллов, при этом 70 баллов приходится на текущую аттестацию и 30 баллов - на промежуточную аттестацию (зачет).

Процедура проведения зачета установлена в соответствии с Регламентом по проведению промежуточной аттестации с применением балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся в Дальневосточном институте управления – филиале РАНХиГС.

4.3 Экзамен по Б1.В.08.04 Менеджмент организации проводится с применением следующих методов (средств):

форма проведения – письменная / устно в ДОТ;

экзаменационные задания, включают **20** тестовых заданий с закрытыми вопросами.

На выполнение задания обучающемуся отводится 60 минут.

Обязательным условием итоговой оценки сформированности этапа компетенции также является (помимо промежуточной аттестации) выполнение всех форм текущего контроля. Максимальное количество баллов, которые может набрать обучающийся в рамках изучения дисциплины равно 100 баллов, при этом 70 баллов приходится на текущую аттестацию и 30 баллов - на промежуточную аттестацию (зачет).

Процедура проведения зачета установлена в соответствии с Регламентом по проведению промежуточной аттестации с применением балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся в Дальневосточном институте управления – филиале РАНХиГС.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по модулю

Компонент компетенции	Ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПКс-1.1 Формирование способности выявлять данные, необходимые для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления; осуществлять сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации	Выявляет данные, необходимые для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления	Способен выявить необходимые для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления; осуществляет сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации
ПКс-1.2 Формирование способности проводить стратегический анализ поведения экономических агентов, и рынков в глобальной среде.	Осуществляет сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации: отчетности организаций различных форм собственности, ведомств и т.д., баз данных, журналов, и др., анализ и обработку этих данных	Находит и анализирует информацию из различных источников, отбирает данные, необходимые для решения поставленных задач, оценивает ее качество и релевантность, систематизирует информацию, необходимую и достаточную для проведения анализа внешней среды организации Умеет проводить стратегический анализ внешней среды бизнеса всеми имеющимися методами
ПКр-2.1 Формирование способности разрабатывать стратегию развития бизнеса, находить и оценивать новые рыночные возможности	Разрабатывает стратегию развития бизнеса, находит и оценивает новые рыночные возможности	Умеет выстраивать краткосрочную, оперативную и долгосрочную политики, организовывать реализацию стратегии. Демонстрирует навыки построения краткосрочной, оперативной и долгосрочной политики и навыками организации финансовой политики
ПКр-2.2 Формирование способности проводить системный анализ каждой из имеющихся стратегий, выявлять наиболее приоритетные стратегии	Разрабатывает формирует и оценивает бизнес-идеи	Знает основные функциональные стратегии предприятия, знает виды управленческих решений и отличительные особенностеи рисков предприятия. Умеет проводить системный анализ рисков, выявлять наиболее приоритетные стратегии, принимать обоснованные управленческие решения на основе анализа стратегий управления рисками фирмы Результативно проводит анализ существующей системы стратегического планирования в организации; принимает управленческие решения.

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые вопросы к зачету по дисциплине Б1.В.08.01 Правовые основы управления

1. Понятие и предмет предпринимательского права. Признаки предпринимательской деятельности
2. Метод предпринимательского права
3. Источники предпринимательского права
4. Понятие и виды субъектов предпринимательской деятельности
5. Имущественная основа предпринимательской деятельности
6. Права, обязанности и ответственность предпринимателей
7. ИП как субъект предпринимательской деятельности
8. Юридические лица как субъект предпринимательской деятельности

9. Порядок создания субъектов предпринимательской деятельности
10. Государственная регистрация
11. Постановка на налоговый учет
12. Изготовление печати. Открытие банковских счетов
13. Лицензирование предпринимательской деятельности
14. Реорганизация субъектов предпринимательской деятельности
15. Банкротство
16. Понятие договора
17. Классификация договоров
18. Заключение договора
19. Изменение и расторжение договора
20. Понятие и виды экономических споров
21. Органы, рассматривающие экономические споры
22. Система арбитражных судов
23. Суды общей юрисдикции
24. Третейские суды
25. Международный экономический арбитраж
26. Понятие и предмет трудового права
27. Источники трудового права
28. Трудовые правоотношения
29. Субъекты трудовых правоотношений
30. Законодательство РФ в области занятости
31. Правовые основы признания граждан безработными
32. Пособие по безработице
33. Понятие трудового договора
34. Сроки и форма трудового договора
35. Содержание трудового договора
36. Прекращение трудового договора
37. Понятие и виды рабочего времени
38. Понятие и виды времени отдыха
39. Понятие, методы и тарифы заработной платы
40. Система заработной платы
41. Понятие дисциплины труда
42. Понятие и виды дисциплинарной ответственности
43. Понятие и виды ответственности по трудовому праву
44. Индивидуальные трудовые споры
45. Коллективные трудовые споры
46. Забастовка
47. Понятие и особенности административных правоотношений
48. Административные правонарушения и административная ответственность
49. Понятие, предмет, метод и источники ПСО. Правоотношения по ПСО
50. Трудовой стаж
51. Понятие пенсионного обеспечения
52. Трудовые пенсии
53. Пенсии по государственному пенсионному обеспечению
54. Понятие и виды пособий
55. Понятие и виды компенсаций

Шкала оценивания

Показатель оценивания	Критерий оценивания	Оценка
ПКс-1.1 На уровне знаний: – Знание конституции России и	Демонстрирует знание конституции России и основных федеральных законов, регулирующих предпринимательскую деятельность. Умеет находить нужный нормативный правовой акт, регулирующий правоотношения, затрагиваемые коммерческим проектом.	зачтено

основных федеральных законов, регулирующих предпринимательскую деятельность; на уровне умений: - умение находить нужный нормативный правовой акт, регулирующий правоотношения, затрагиваемые коммерческим проектом на уровне навыков: – навыки работы с правовыми базами в сети Интернет; Пользования Интернетом с целью поиска нужного нормативного правового акта	Обладает навыками работы с правовыми базами в сети Интернет; Пользования Интернетом с целью поиска нужного нормативного правового акта	
	Отсутствует знание конституции России и основных федеральных законов, регулирующих предпринимательскую деятельность. Не умеет находить нужный нормативный правовой акт, регулирующий правоотношения, затрагиваемые коммерческим проектом. Не обладает навыками работы с правовыми базами в сети Интернет; Пользования Интернетом с целью поиска нужного нормативного правового акта	незачтено

Типовые вопросы для подготовки к зачету по дисциплине Б1.В.08.02 Внешняя среда бизнеса:

1. Бенчмаркинг: понятие, генезис.
2. Виды бенчмаркинга.
3. Этапы организации бенчмаркинга.
4. Факторы, влияющие на организацию бенчмаркинга.
5. Среда бизнеса: понятие, группы факторов, их влияние на организацию.
6. Факторы прямого и косвенного воздействия среды бизнеса.
7. Основные переменные внешней и внутренней среды бизнеса.
8. Взаимосвязь внешних переменных.
9. Свойства внешней среды бизнеса.
10. Характеристика и уровни внешней среды.
11. Модель PESTLE.
12. Метод SWOT-анализа.
13. Метод SWN-анализа.
14. Методика STEP-анализа.
15. Прочие методы анализа внешней среды.
16. Глобальный и мультинациональный маркетинг: стратегии стандартизации
17. Глобальный и мультинациональный маркетинг: стратегии адаптации
18. Понятие трендов и необходимость их отслеживания
19. Способы выявления долгосрочных трендов
20. Методы оценки конкурентной среды бизнеса.
21. Влияние культурной среды на ведение бизнеса на примере 2 стран.
22. Современные глобальные мега-тренды: понятие, виды.
23. Сценарное планирование: связь между изучением будущих событий и стратегией
24. Сущность и идеология Форсайта.
25. Роль, функции и формы Форсайта.
26. Исторические, политические и экономические предпосылки формирования технологического прогнозирования
27. Понятийный аппарат и методологическая база сценарного прогнозирования.
28. Взаимосвязь социального, экономического, политического, демографического, технологического и экологического прогнозирования.
29. Форсайт – как основа исследования перспектив развития

30. Форсайт – как основа принятия стратегических решений
31. Современный зарубежный опыт применения Форсайт-исследований
32. Основные характеристики наиболее используемых технологий Форсайта.
33. Методы Форсайта - Дельфи
34. Методы Форсайта - Критические технологии
35. Методы Форсайта - Экспертные панели
36. Методы Форсайта - Дорожное картирование
37. Технология проведения Форсайт исследований
38. Этапы Форсайт – исследования. Правила формирования Форсайта.
39. Сущность и содержание теории «Черный лебедь».
40. Последствия событий – черных лебедей.

Пример вопросов типового итогового теста по дисциплине (в том числе с применением ДОТ)

1. Подвижность внешней среды определяется:
   а) числом и разнообразием факторов
   б) количеством информации
   в) скоростью происходящих изменений
   г) отношением к организации

2. Сложность внешней среды определяется:
   а) скоростью происходящих изменений
   б) числом и разнообразием факторов
   в) количеством информации
   г) отношением к организации

3. Неопределенность внешней среды определяется:
   а) скоростью происходящих изменений
   б) числом и разнообразием факторов
   в) количеством информации и степенью уверенности в ней
   г) отношением к организации

4. К факторам внешней среды прямого воздействия на бизнес относятся:
   а) демографические показатели
   б) конкуренты
   в) контактные аудитории
   г) НТП
   д) политические изменения
   е) поставщики
   ж) потребители
   з) экономические процессы

5. К факторам экономической среды компании относится:
   а) темпы инфляции
   б) уровень образования
   в) политика правительства
   г) наличие и доступность энергоресурсов, сырья
   д) скорость устаревания продукта

6. К факторам природно-географической среды компании относится:
   а) темпы инфляции
   б) уровень образования
   в) политика правительства

г) наличие и доступность энергоресурсов, сырья
д) скорость устаревания продукта

7. К методам анализа внешней среды бизнеса не относится:
   а) анализ финансовой устойчивости предприятия
   б) SWOT-анализ
   в) PEST-анализ
   г) ETOM-анализ
   д) GAP-анализ

8. PEST-анализ направлен на:
   а) оценку воздействия факторов макросреды
   б) оценку сильных и слабых сторон фирмы
   в) определение сильных и слабых сторон организации, возможностей и угроз внешнего окружения
   г) анализ среднерыночного состояния

9. Метод исследования внешней среды, направленный на определение несоответствий и разрывов между текущим состоянием компании и желаемым, называется:
   а) PESTEL-анализ
   б) ETOM-анализ
   в) SNW-анализ
   г) GAP-анализ
   д) SWOT-анализ

10. Бенчмаркинг процесса подразумевает:
    а) сравнение определенных функциональных особенностей нескольких компаний одной отрасли
    б) сравнение определенных процессов нескольких компаний
    в) изучение и внедрение полезного опыта различных компаний, не являющихся конкурентами
    г) образование альянса для совместного распространения опыта

11. Согласно модели «Колесо бенчмаркинга» на этапе поиска осуществляется:
    а) определение факторов успеха, выбор и документирование процесса бенчмаркинга, разработка показателей
    б) выбор партнеров или конкурентов для бенчмаркинга
    в) определение «отклонений» и выяснение причин
    г) выбор подходящих процессов и показателей, адаптация существующей модели к выбранной, внесение изменений

12. Как назывались туры японцев по бенчмаркингу лучших организаций в период после второй мировой войны:
    а) индустриальные
    б) оздоровительные
    в) познавательные
    г) образовательные

13. Что сподвигло Генри Форда на создание конвейеров в автомобильной промышленности:
    а) посещение им крупной скотобойни
    б) действия ассоциации производителей автомобилей
    в) его участие в автогонке
    г) его противостояние синдикату автомобилестроителей

14. К преимуществам бенчмаркинга относится:
    а) недостаточное количество специалистов, обладающих соответствующим опытом
    б) высокие затраты
    в) недостаточный доступ к нужной информации
    г) заимствование лучших методов

15. К недостаткам бенчмаркинга не относится:
    а) соответствие требования клиентам
    б) недостаточное количество специалистов, обладающих соответствующим опытом
    в) высокие затраты
    г) недостаточный доступ к нужной информации

16. Принципами кодекса бенчмаркинга не являются:
    а) законность
    б) обмен
    в) конфиденциальность
    г) подготовка
    д) копирование

17. Для мультинационального маркетинга (стратегии адаптации) характерно:
    а) ориентация на особенности запросов локальных рынков
    б) интегрированные конкурентные действия между странами
    в) высокий уровень компетентности по маркетинговым технологиям
    г) относительно высокая прибыльность

18. Для глобального маркетинга (стратегии стандартизации) характерно:
    а) унифицированный мировой маркетинговый подход
    б) соответствующий местным условиям маркетинговый подход
    в) адаптированная реклама к требованиям каждой страны
    г) свобода цен и ценовой политики

19. Циклические колебания в экономике следует рассматривать как:
    а) материальные и финансовые потери общества
    б) изъяны рыночной экономики
    в) один из факторов экономического прогресса

20. Автором теории «длинных волн экономической конъюнктуры» является:
    а) С. Кузнец
    б) Н.Д. Кондратьев
    в) Дж. Кейнс
    г) В. Леонтьев

21. Назовите временной период среднесрочного прогноза:
    а) от 1 до 3 лет
    б) от 3 до 5 лет
    в) от 5 до 10 лет

22. Среда, факторы которой непосредственно влияют на операции организации и испытывают на себе прямое же влияние операций организации, называется:
    а) средой прямого воздействия
    б) средой косвенного воздействия
    в) международной средой
    г) внутренней средой

23. Реклама при мультинациональной стратегии (адаптации):
    а) адаптирована к требованиям каждой страны
    б) единая, стандартная по всем странам
    в) нет правильных ответов
    г) все ответы верны

24. Способ выявления трендов, предполагающий систематический, совместный процесс построения видения будущего, нацеленный на повышение качества принимаемых решений и ускорение совместных действий, называется:
    а) метод стога
    б) форсайт-метод
    в) контент-анализ

25. Для события типа «Чёрный лебедь» не характерно:
    а) редкость
    б) неожиданность
    в) значительные последствия
    г) предсказуемость

Шкала оценивания

Показатель оценивания	Критерий оценивания	Оценка
ПКс-1.2 на уровне знаний: знание: - содержание понятийно-категориального аппарата учебной дисциплины «Внешняя среда бизнеса», основные факторы анализа среды бизнеса, основные инструменты анализа среды бизнеса. на уровне умений: - анализировать рыночные возможности, применять ситуационный подход в управлении внешней средой; - выявлять и анализировать основные тенденции глобального развития и связанные с ними проблемы. на уровне навыков: - анализа конкурентной и культурной среды бизнеса, принятия управленческих решений на основе анализа среды бизнеса; - навыками самостоятельного анализа глобальных/ региональных проблем современного развития.	Программа дисциплины освоена полностью. Студент ориентируется в проблематике всех тем дисциплины (практически всех). Владеет терминологией. Понимает, каким образом теоретический материал может быть использован в качестве инструментария для решения практических задач. Понимает место данной учебной дисциплины в своем профессиональном становлении. Обладает достаточным уровнем профессиональной эрудиции.	Зачтено
	Программа дисциплины не освоена. Понимание большинства тем дисциплины является поверхностным. Студент знаком с терминологией. Профессиональная эрудиция отсутствует. Не имеет представления о том, каким образом теоретический материал может использоваться в качестве инструмента для решения практических задач.	Не зачтено

Типовые вопросы к экзамену по дисциплине Б1.В.08.03 Экономика и управление организацией

Тестовые экзаменационное задания:

1. Конкурентоспособность предприятия является…
   1. единичным показателем качества продукции;
   2. комплексным относительным понятием;
   3. показателем эффекта хозяйственной деятельности;
   4. абсолютным показателем,
2. По формам собственности предприятия классифицируются на …
   1. индивидуальные, государственные, коммерческие;
   2. государственные, муниципальные, коллективные, индивидуальные;
   3. государственные, частные, смешанные;
   4. малые, частные, муниципальные, коллективные,
3. Добровольное объединение коммерческих организаций путем договора с целью представления и защиты общих имущественных интересов на основе координации их предпринимательской деятельности называется …

1. холдингом;
2. концерном;
3. обществом;
4. ассоциацией,

4. Взаимоотношения, обеспечивающие координацию действий работников, находящихся на одном уровне управления, являются _____ связями управления:
1. горизонтальными;
2. прямыми;
3. обратными;
4. вертикальными,

5. Идеи мотивационной теории А. Маслоу больше всего связаны с …
1. мотивацией персонала управления;
2. надеждами человека на материальное вознаграждение;
3. производительностью работника;4. общими потребностями человека,

6. Организация людей, созданная без вмешательства руководства, называется …
1. неформальной;
2. коммуникативной;
3. профсоюзной;
4. формальной,

7. Иерархия управления – это…
1. количество ступеней управления;
2. соподчиненность организационных уровней;
3. децентрализация управления;
4. порядок выработки управленческих решений,

8. Изменение первоначальной стоимости основных средств, в которой они приняты на баланс организации, допускается в случае …
1. достройки, дооборудования, реконструкции;
2. достройки, модернизации, смены руководства;
3. частичной ликвидации, плановом обслуживании;
4. модернизации, частичной ликвидации, переоценки,

9. Источником накопления амортизационного фонда является…
1. уставный капитал;
2. чистая прибыль предприятия;
3. себестоимость продукции;
4. добавочный капитал,

10. Понятие «фондоотдача» представляет собой количество...
1. реализованной продукции, приходящееся на 1 руб. основных средств;
2. основных средств, приходящихся на 1 работающего;
3. реализованной продукции, приходящееся на 1 руб. прибыли;
4. товарной продукции, приходящееся на 1 руб. прибыли,

11. В состав оборотных средств предприятия входят…
1. незавершенное производство, готовая продукция на складе;
2. оборотные фонды и фонды обращения;
3. запасы материалов, запасных частей, топлива, готовой продукции на складе;
4. только производственные запасы,

12. Уставный капитал предприятия…
1. не является источником пополнения оборотных средств;
2. является собственным источником пополнения оборотных средств;
3. является заемным источником пополнения оборотных средств, приравненным к собственным средствам;
4. является заемным источником пополнения оборотных средств,

13. В практике производственно-хозяйственной деятельности производительность труда определяется отношением…
1. стоимости основных производственных фондов к численности промышленно-

производственного персонала;
2. годового объема продукции к численности промышленно-производственного персонала;
3. фонда заработной платы к численности промышленно-производственного персонала;
4. прибыли к стоимости производственных фондов,

14. Основными формами оплаты труда рабочих являются...
1. тарифная и должностных окладов;
2. дневная, месячная, квартальная, годовая;
3. сдельная и повременная;
4. сдельная и прогрессивная,

15. Издержки и прибыль торговых организаций включаются в …
1. розничную цену;
2. закупочную цену;
3. оптовую цену изготовителя;
4. цену промышленности,

16. Совокупность территориально обособленных рабочих мест, на которых выполняются однородные технологические операции или изготавливается однотипная продукция
1. участок;
2. рабочее место;
3. хозяйство;
4. цех,

17. В состав основных производственных подразделений входят…
1. ремонтные;
2. обрабатывающие;
3. энергетические;
4. транспортные.

18. Закрепление за каждым рабочим местом и каждым подразделением широкой номенклатуры работ, операций, деталей или изделий является содержанием принципа…
1. специализации;
2. универсализации;
3. непрерывности;
4. комбинирования,

19. Номенклатура продукции представляет собой …
1. количество изделий определённого вида, которое изготавливает производственное предприятие в течение определенного периода времени;
2. повторяемость изготовления изделия определённого вида в последовательные периоды времени;
3. перечень побочной продукции, которая сопутствует выпуску основной продукции производственного предприятия;
4. перечень наименований изделий, которые выпускает конкретное производственное предприятие,

20. Производственный цикл определяется как…
1. продолжительность основного производства;
2. интервал календарного времени от начала производственного процесса и до его окончания;
3. время технологического процесса и организационных перерывов;
4. время на основное и обслуживающее производства.

Типовое ситуационное экзаменационное задание:

Проведите дефиницию понятий «капитал», «средства», «фонды».

Типовое расчетное экзаменационное задание:

Текущий объем реализации продукции предприятия – 145600 изделий по цене 2500 рублей, переменные издержки на единицу продукции – 1420 рублей, постоянные издержки за

год – 102400 тысяч рублей.
Определить: при каком объеме производства предприятие выйдет на точку безубыточности?; сколько изделий нужно продать для получения 66 млн. рублей прибыли?

Шкала оценивания

Показатель оценивания	Критерий оценивания	Оценка
ПКр-2.1 - знание концептуальных теоретических и методологических подходов и методов научного анализа экономической и управленческой деятельности; - умение проводить исследования экономических и управленческих процессов в организации (структурном подразделении); - способность разрабатывать предложения по совершенствованию управления организацией и эффективному использованию экономических ресурсов для повышения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли.	Обучающийся самостоятельно определяет теоретические и методологические подходы и методы научного анализа экономической и управленческой деятельности; самостоятельно оперирует инструментами исследования экономических и управленческих процессов организации; адекватно формулирует выводы и делает обобщения по результатам исследований процессов управления организацией и использования экономических ресурсов с целью повышения конкурентоспособности продукции, работ (услуг) и получения прибыли	отлично
	Обучающийся определяет теоретические и методологические подходы и методы научного анализа экономической и управленческой деятельности; способен определять инструменты исследования экономических и управленческих процессов организации, выводы и обобщения по результатам исследований процессов управления организацией и использования экономических ресурсов с целью эффективного управления организацией формулирует с затруднениями и ошибками	хорошо
	Обучающийся определяет теоретические и методологические подходы и методы научного анализа экономической и управленческой деятельности; с затруднениями определяет инструменты исследования экономических и управленческих процессов организации; выводы и обобщения по результатам исследований процессов управления организацией и использования экономических ресурсов с целью эффективного управления организацией формулирует ошибочно	удовлетворительно
	Обучающийся ошибочно определяет теоретические и методологические подходы и методы научного анализа экономической и управленческой деятельности, затрудняется в определении инструментов исследования экономических и управленческих процессов организации, не в состоянии представить выводы и обобщения по результатам исследований процессов управления организацией и использования экономических ресурсов	неудовлетворительно

Типовые тесты к экзамену по дисциплине Б1.В.08.04 Менеджмент организации

К какому типу формальных групп относятся те, которые созданы внутри организации для выполнения какого-либо задания, в них подразумевается групповое принятие решений?
- командная группа руководителя
- рабочая (целевая) группа
- комитет (совет, команда)
- соподчиненная группа руководителя

Какие неформальные связи рекомендуется легализовать и оформлять в качестве формальных?
- возникшие в результате родственных связей
- возникшие по поводу решения деловых вопросов
- возникшие в результате дружеских отношений
- возникшие в результате приятельских отношений

Назовите пять основных элементов групповой динамики.
-формальные группы, неформальные группы, группы членства, референтные группы, комитеты
- время создания группы, инициатор создания группы, место расположения группы, вид группы, организация включающая группу
-рабочая группа, совет, комитет, командная группа, неформальная группа
- цели группы, нормы группы, структура группы и её лидер, сплочённость, фазы развития

Как определяется в социометрии «индекс групповой сплочённости?
- как сумма взаимных выборов
- как сумма положительных взаимных выборов
- как отношение общего числа взаимных, положительных выборов к числу возможных выборов
- как сумма отрицательных взаимных выборов

Для какой фазы развития группы характерны: осторожность в отношениях, соперничество за лидерство, психологическая напряжённость?
- для второй фазы (конфликтности)
- для первой фазы (формирования)
- для третьей фазы (нормализации)
- для четвёртой фазы (деятельности)

Что такое адаптация человека к группе?
- подготовка ухода из группы
- приспособление человека к новой для себя группе
- активная деятельность человека в группе
- подготовка к переходу в другую группу

От чего зависит вероятность создания стабильной группы?
-у работника есть знания, умения и навыки, а у работодателя соответствующие вакансии и потребности
-у работника есть интересы и потребности, совпадающие с возможностями работодателя
-у работника есть знания, умения, навыки, интересы и потребности, а у работодателя соответствующие вакансии, потребности и возможности
- у работодателя есть возможности, а у работника есть знания

Когда в группе возникают самые сильные групповые мотивы?
- когда на группу оказывается давление
- когда группа стремится к безопасности
- когда группа стремится утвердиться в конкуренции
- когда группа стремится к цели, которая разделяется всеми членами группы

Шкала оценивания

Показатель оценивания	Критерий оценивания	Оценка
ПКр-2.2 - способность применять методы экономического и стратегического анализа	Обучающийся самостоятельно определяет методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов; самостоятельно оперирует инструментами исследования экономических и управленческих	отлично

поведения экономических агентов - способность выявить приоритетных конкурентов предприятия и обосновать выбранную маркетинговую стратегию - навык владения приёмами использования методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов, и рынков в глобальной среде	процессов организации; адекватно формулирует выводы и делает обобщения по результатам исследований процессов управления организацией и использования экономических ресурсов с целью повышения конкурентоспособности продукции, работ (услуг) и получения прибыли	
	Обучающийся определяет методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов; способен определять инструменты исследования экономических и управленческих процессов организации, выводы и обобщения по результатам исследований процессов управления организацией и использования экономических ресурсов с целью эффективного управления организацией формулирует с затруднениями и ошибками	хорошо
	Обучающийся определяет методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов; с затруднениями определяет инструменты исследования экономических и управленческих процессов организации; выводы и обобщения по результатам исследований процессов управления организацией и использования экономических ресурсов с целью эффективного управления организацией формулирует ошибочно	удовлетворительно
	Обучающийся ошибочно определяет методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов, не в состоянии представить выводы и обобщения по результатам исследований процессов управления организацией и использования экономических ресурсов	неудовлетворительно

6. Методические материалы по освоению модуля

В процессе преподавания дисциплин модуля используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, а также различные виды самостоятельной работы магистрантов по заданию преподавателя.

6.1 Методические указания для обучающихся при работе на лекционном занятии.

Лекция представляет собой систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала в соответствии с изучаемой темой дисциплины.

При необходимости преподаватель формулирует объект и предмет (аспект) изучения. Объектами изучения в дисциплине являются основные положения менеджмента как отрасли науки и сферы профессиональной деятельности по управлению хозяйственными организациями. Предметом изучения в большинстве тем является совокупность базовых научных положений и наиболее общих практических методов менеджмента и теории организации.

Обучаемым рекомендуется акцентировать внимание на то, что в наши дни управление является одним из важнейших видов деятельности человека. В условиях рыночной экономики особую роль играет управление хозяйственными организациями, призванное обеспечить высокую эффективность и результативность их функционирования в интересах обеспечения социально-экономических потребностей общества.

В ходе лекций обучаемым рекомендуется обращать внимание на то, что в наши дни происходит формирование новой парадигмы менеджмента, традиционные стили, методы и инструменты управления, сложившиеся в середине прошлого века, заметно меняют свой облик. Однако ни одна из новых тенденций не говорит о необходимости полностью отказываться от

принципов, идей и методов, родившихся в ходе многолетней эволюции такого сложного и многогранного явления, как менеджмент.

Обучаемым рекомендуется обращать внимание на то, что наряду с появлением новых форм и инструментов управления, сохраняется преемственность теоретических основ и большинства практических методов, разработанных в разные годы в разных странах мира. Поэтому профессиональное овладение практикой менеджмента в наши дни невозможно без глубокого и всестороннего изучения его теоретических основ.

Для удобства восприятия обучаемыми материала, в зависимости от специфики темы преподаватель может избирать индуктивный, дедуктивный, исторический (хронологический) и другие подходы к изложению материала, а также комбинировать их.

Для визуального восприятия формулировки темы, учебных вопросов, наиболее важных определений, схем, иллюстраций, таблиц, графиков, дополнительных источников информации и т.п. обучаемым рекомендуется обращать внимание на предлагаемые преподавателем учебные презентации в формате MS PowerPoint (или созданные с помощью иных приложений). Основными требованиями, предъявляемыми к презентациям, являются их наглядность, отсутствие перегруженности текстовыми материалами, соответствие единым стандартам института. Допускается демонстрация учебных видеофрагментов, иллюстративно отражающих изучаемые явления, процессы, а также материалов Интернет-ресурсов, указанных в рабочей учебной программе.

6.2 Методические указания для обучающихся при работе на занятии семинарского типа

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой.

Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар.

Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Устные ответы на вопросы опроса оцениваются по 5-ти балльной шкале по следующим критериям:

5 баллов – студент верно, самостоятельно отвечает на поставленный вопрос, использует различные источники, ссылается на нормативно-правовые акты, выражает собственное мнение.

4 балла – студент верно, самостоятельно отвечает на поставленный вопрос, при ответе использует преимущественно материалы лекционных занятий.

3 балла – студент испытывает затруднения при ответе на поставленный вопрос, не может привести дополнительную информацию, не ссылается на нормативно-правовые

акты.

0 баллов – студент не может ответить на поставленный вопрос.

6.3 Методические указания по написанию рефератов

Реферат – результат самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Реферат должен состоять из следующих частей: титульный лист; содержание; введение; основной текст, разбитый на главы и подразделы (вопросы); заключение; библиографический список. Реферат оформляется в соответствии с требованиями Регламента ДВИУ-филиал РАНХиГС «Оформление выпускных квалификационных работ и курсовых проектов (работ)».

Рефераты оцениваются по 5-ти балльной шкале по следующим критериям:

Защита рефератов осуществляется в форме групповой дискуссии[2], которая предполагает активное взаимодействие обучающегося с другими обучающимися группы и преподавателем. Дискуссия направлена на развитие коммуникативных навыков и формирования собственной позиции по рассматриваемой проблеме. Помимо содержания реферата преподавателем оценивается процедура его представления группе и аргументированность ответов на задаваемые выступающему вопросы.

5 баллов – реферат написан с соблюдением всех требований к письменным работам обучающихся, тема раскрыта полностью, верно определены объект и предмет исследования, представлен широкий перечень источников (не менее 10), проведен сравнительный анализ, использована действующая нормативно-правовая база, приведены различные точки зрения, сделаны выводы, обучающийся доступно с использованием профессиональной терминологии, без существенной опоры на текст представил основную проблему, которой был посвящен реферат и пути ее решения, обучающийся представил полные и развернутые ответы на вопросы группы, сформировал и отстаивает собственную позицию по рассматриваемой проблеме;

4 балла – реферат написан с соблюдением всех требований к письменным работам обучающихся, тема раскрыта полностью, представлен широкий перечень источников (не менее 10), использована действующая нормативно-правовая база, сравнительный анализ и выводы не представлены, обучающийся доступно, но с существенной опорой на текст, с использованием профессиональной терминологии представил основную проблему, которой был посвящен реферат, обучающийся представил достаточно полные ответы на вопросы группы, сформировал собственную позицию по рассматриваемой проблеме;

3 балла – реферат написан с соблюдением всех требований к письменным работам обучающихся, тема раскрыта не полностью, объект и предмет исследования определены неверно, обучающийся доступно, но с существенной опорой на текст, с частичным использованием профессиональной терминологии представил основную проблему, которой был посвящен реферат, обучающийся представил ответы не на вопросы группы, не сформировал собственную позицию по рассматриваемой проблеме;

0 баллов – тема не раскрыта, неверно определены объект и предмет исследования, список использованных источников недостаточных, отсутствует сравнительный анализ, не сделаны выводы, обучающийся с существенной опорой на текст, без использования профессиональной терминологии представил содержание реферата без формулировки основной проблемы, обучающийся не ответил на вопросы группы, не сформировал какую-либо позицию по рассматриваемой проблеме.

6.4 Методические указания для обучающихся по написанию эссе.

Эссе студента – это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена магистрантом и согласована с преподавателем). Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

---

[2] Защита реферата в форме групповой дискуссии в рамках практического занятия является интерактивной формой проведения занятия

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. Тема не должна инициировать изложение лишь определений понятий, ее цель – побуждать к размышлению. В некоторых случаях это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации и использованием изучаемых моделей, подробный разбор предложенной задачи с развернутыми мнениями, подбор и детальный анализ примеров, иллюстрирующих проблему и т.д.

Построение эссе – это ответ на вопрос или раскрытие темы, которое основано на классической системе доказательств. Процесс написания эссе разбивается на несколько стадий: обдумывание, планирование, написание, проверка, правка. Планирование – определение цели, основных идей, источников информации, сроков окончания и представления работы. Цель должна определять действия. Идеи, как и цели, могут быть конкретными и общими, более абстрактными. Мысли, чувства, взгляды и представления могут быть выражены в форме аналогий, ассоциации, предположений, рассуждений, суждений, аргументов, доводов и т.д.

Рекомендуемая структура эссе:

1. Титульный лист (заполняется по единой форме).

2. Введение – суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

3. Основная часть – теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому большое значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать предлагаемую аргументацию и анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

4. Заключение – обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение.

Эссе оцениваются по 5-ти балльной шкале по следующим критериям:

Защита эссе осуществляется в форме групповой дискуссии[3], которая предполагает активное взаимодействие обучающегося с другими обучающимися группы и преподавателем. Дискуссия направлена на развитие коммуникативных навыков и формирования собственной позиции по рассматриваемой проблеме. Помимо содержания эссе преподавателем оценивается процедура его представления группе и аргументированность ответов на задаваемые выступающему вопросы.

5 баллов – эссе написано с соблюдением всех предъявляемых требований, тема раскрыта полностью, приведены различные точки зрения, сделаны выводы, дана собственная аргументированная оценка процесса (явления, инструмента), обучающийся доступно, с использованием профессиональной терминологии сформулировал проблематику эссе, представил различные точки зрения (больше 2х) на причины возникновения рассматриваемой проблемы и пути ее решения, сформулировал собственную точку зрения на проблему и пути ее решения, представил аргументированные ответы на вопросы группы;

4 балла – эссе написано с соблюдением всех предъявляемых требований, тема раскрыта полностью, приведены различные точки зрения, сделаны выводы; собственная оценка процесса (явления, инструмента) не достаточно аргументирована, обучающийся доступно, с частичным использованием профессиональной терминологии сформулировал проблематику эссе,

[3] Защита эссе в форме групповой дискуссии в рамках практического занятия является интерактивной формой проведения занятия

представил две точки зрения на причины возникновения рассматриваемой проблемы и пути ее решения, сформулировал собственную точку зрения на проблему и пути ее решения, представил ответы на вопросы группы;

3 балла – эссе написано с соблюдением всех предъявляемых требований, тема раскрыта полностью, приведены различные точки зрения, не дана собственная оценка процесса (явления, инструмента); выводы не сделаны, обучающийся доступно, но без использования профессиональной терминологии, сформулировал проблематику эссе, представил только одну точку зрения на причины возникновения рассматриваемой проблемы и пути ее решения, частично сформулировал собственную точку зрения на проблему и пути ее решения, представил ответы не на все вопросы группы;

0 баллов – эссе написано с нарушением предъявляемых требований, тема не раскрыта, не дана собственная оценка процесса (явления, инструмента); выводы не сделаны, обучающийся без использования профессиональной терминологии, частично сформулировал проблематику эссе, не представил точки зрения на причины возникновения рассматриваемой проблемы и пути ее решения, не сформулировал собственную точку зрения на проблему и пути ее решения, не ответил на вопросы группы.

6.5. Методические указания по подготовке опорного конспекта

Опорный конспект - это вторичный текст, в котором в краткой форме, передаются основные сведения исходного текста. При подготовке опорного конспекта следует обратить внимание на полноту, последовательность и логичность изложения материала; лаконичность записи (опорный конспект по объему, как правило, должен составлять не более одного листа и воспроизводиться в устной форме за 5-7 минут); структурирование записей, т.е. изложение материала по пунктам в форме плана, расстановку акцентов, т.е. выделение ключевых слов; связь с материалами учебника, справочника и других видов учебной литературы. В зависимости от темы опорного конспекта изложение материала может быть самым различным по форме, например, в виде текста, рисунков, таблиц и формул. Рекомендуется использовать прием сокращения слов.

6.6. Методические указания по решению практических, расчётных и ситуационных заданий

Практические, расчётные и ситуационные задания оцениваются по 10-ти балльной шкале по следующим критериям:

10 баллов. Обучающийся верно выполняет практическое задание, умеет правильно применять тот или иной инструмент при проведении анализа, может произвести адекватную оценку проблемной ситуации и сделать прогноз ее последствий, правильно решает ситуационную задачу, делая необходимые ссылки на нормативно-правовые акты и приводя возможные варианты последствий);

8 баллов. Обучающийся выполняет практическое задание с незначительными ошибками; правильно применяет тот или иной инструмент при проведении анализа, однако, недостаточно точно производит оценку проблемной ситуации, допускает несущественные ошибки при прогнозировании последствий проблемной ситуации, правильно решает ситуационную задачу, делая необходимые ссылки на нормативно-правовые акты;

6 баллов. Обучающийся выполняет практическое задание с существенными ошибками; испытывает трудности при выборе и применении инструментария проведения анализа; оценку проблемной ситуации производит с ошибками, которые после собеседования может исправить; не может осуществить прогноз последствий проблемной ситуации, при решении ситуационной задачи испытывает трудности в соотнесении теоретических знаний с практическими ситуациями;

0 баллов. Обучающийся не может выполнить практическое задание, произвести анализ; не может дать оценку проблемной ситуации, не способен осуществить прогноз последствий проблемной ситуации, решить ситуационную задачу.

6.7. Методические указания по решению тестовых заданий

Тестирование оценивается по 10-ти балльной шкале в зависимости от количества верных ответов, исходя из 10 вопросов:

9-10 верных ответов – 10 баллов;

7-8 верных ответов – 8 баллов;

5-6 верных ответов – 6 баллов;

4 и менее верных ответов – 4 балла.

6.8. Методические указания по подготовке к круглому столу

Подготовка к круглому столу представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

– самостоятельно выбрать тему (проблему) круглого стола;

– разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);

– разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

6.9. Методические указания по проведению дискуссии

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить как преподаватель, так и студенты.
2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.
3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.
4. Подобрать литературу.
5. Выписать тезисы.
6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Студент должен отстаивать свою точку зрения, аргументировать ее, делать выводы, задавать вопросы оппоненту. В ходе дискуссии студенты могут менять свою точку зрения, ведь только в споре рождается истина.

В конце диспута всегда делается вывод и анализируется сколько человек остались верны своим позициям, кто изменил свое мнение.

Важно в конце дискуссии сделать обобщения, сформулировать выводы, показать, к чему ведут ошибки и заблуждения, отметить все идеи и находки группы.

6.10. Методические указания по решению кейсов

В своем решении кейса студенты должны:

1) сформулировать причины возникновения ситуации, спрогнозировать поведение участников кейса, обосновать необходимость получения дополнительных данных и определить источники их получения;

2) продемонстрировать знания и умения относительно использования ситуативного и системного подхода, широты взглядов на проблему;

3) разработать и продемонстрировать программу мероприятий, направленную на реализацию решения проблемы с помощью одного из научных методов (например, аналитического): проанализировать входные данные, превратить их в информацию; сформулировать проблему, цели и миссию, разработать «дерево» целей; выдвинуть возможные гипотезы и альтернативные варианты решения задачи; предложить направления их реализации, оценить итог.

Для решения кейса студентам необходимо:

1. Объяснить ситуацию.
2. Определить причины возникновения ситуации, спрогнозировать возможные варианты ее развития.
3. Дать характеристику уже принятым мерам.
4. Обсудить перспективные стратегии и действия, оценить и сравнить их эффективность.

6.11 Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся работают с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя. Одной из основных форм контроля самостоятельной работы обучаемых является оценка полноты и качества составления конспектов изучаемых материалов.

Конспект – это систематическая, логически связная запись материала, включающая в себя план изучаемого материала, выписки из учебника и дополнительных источников, тезисы материала, собственные мысли, выводы и т.п.

При необходимости обучаемому рекомендуется записывать вопросы, возникшие у него в ходе работы над темой, для обсуждения их с преподавателем в ходе семинаров или консультаций.

Методические рекомендации по изучению дисциплины с применением ДОТ

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на образовательном портале института: https://lms.ranepa.ru. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Страница каждой дисциплины на образовательном портале имеет следующую структуру и содержание:

1. **Общая информация** содержит:

– РПД – рабочую программу дисциплины, в которой представлены объем и место дисциплины в структуре образовательной программы; содержание и структура дисциплины; материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины и т.д);

– Календарно тематический план изучения дисциплины, в котором отражена дата проведения лекционного, семинарского занятий по соответствующей теме и режим проведения занятия (образовательный портал, Microsoft Teams, Skype, электронная почта преподавателя, чаты социальных сетей типа WhatsApp и др.)

– Инструкция по работе в СДО и рекомендации по изучению дисциплины посредством СДО

– График индивидуальных и групповых консультаций

2. **Лекционные материалы –** в этом разделе представлены текстовыми файлами лекции преподавателя (с разбивкой по темам, разделам и т.п.). В дополнение к лекционному материалу могут быть представлены презентации, нормативно-правовые документы

3. **Задания к занятиям семинарского типа (практич. занятиям, семинарам, лаб. работам и т.п.)** – в этом разделе представлены материалы к занятиям семинарского типа отдельными файлами для каждого отдельного занятия (согласно расписанию), в которых в полном объеме отражено содержание занятия по указанной теме, приведены задания с указанием балльной оценки за их выполнение, сроков выполнения и организационных моментов по представлению выполненных заданий преподавателю на проверку (например, сдача заданий старосте группе с последующей их отправкой на почту преподавателя единым письмом или личная отправка задания преподавателю каждым студентом).

4. **Самостоятельная работа –** в этом разделе представлена информация по организации самостоятельной работы студентов, например указаны темы для самостоятельного изучения, перечень индивидуальных заданий, тематика докладов, рефератов. При наличие обязательной письменной работы (курсовая, проект, реферат, контрольная и т.д.) в этом разделе размещаются методические указания по выполнению этой работы.

5. **Текущий контроль** – в этом разделе представлены задания для выполнения их студентами с целью ведения учета текущей успеваемости студента.

6. **Промежуточная аттестация –** в этом разделе размещается информация по формату промежуточной аттестации, вопросы для подготовки к экзамену (зачету), тесты.

7. **Рекомендуемая литература –** в этом разделе представлен перечень рекомендуемой литературы для изучения дисциплины, ссылки на ЭБС.

8. **Успеваемость –** в этом разделе преподаватель размещает еженедельные сведения по успеваемости студентов.

Таким образом, весь материал необходимый для изучения студентом дисциплины представлен на образовательном портале института.

Для активного взаимодействия диалогового характера (лекции, семинары, консультации) со студентами преподаватель по мере освоения режима обучения с применением ДОТ может использовать различные возможности Интернет-пространства, допустимые для института

(Google Класс, Microsoft Teams, Skype, WhatsApp). Для представления выполненных заданий на проверку преподавателю используется электронная почта преподавателя, образовательный портал института или Microsoft Teams.

Все виды работ проводятся по календарному учебному графику и строго по расписанию. В начале пары преподаватель проверяет присутствующих, дает комментарии по лекции (семинарскому занятию), дает задание, дает рекомендации по его выполнению, комментирует оценку за его выполнение, сроки и процедуру сдачи заданий.

Преподаватель ведет и сохраняет записи текущей успеваемости (выполненные задания, ведомость, студенческий журнал, журнал преподавателя) и видеозаписи и результаты промежуточной аттестации с обязательной идентификацией обучающихся (паспорт).

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

7.1. Основная литература.

1. Аяцков Д. Ф. Правовые и организационные основы государственного и муниципального управления. - М.: Форум, 2019.
2. Мухаев Р. Т. Система государственного и муниципального управления. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52058
3. Осейчук, В. И. Правовое обеспечение государственного и муниципального управления : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. - М.: Изд-во Юрайт, 2019. – режим доступа: https://www.biblio-online.ru/book/31D14C46-AC2E-4E52-92BE-D3B220AFCAD7
4. Эбзеев Б. С. Конституционное право России. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021.
5. Боброва, О. С. Основы бизнеса : учебник и практикум для вузов / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 382 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13842-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/467018
6. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 230 с. — ISBN 978-5-394-03169-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/85264.html
7. Бычков, В. П. Экономика предприятия : учебник / В.П. Бычков. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 404 с.
8. Волков, О. И. Экономика предприятия : учебное пособие / О.И. Волков, В.К. Скляренко. – 2-е изд. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 264 с.
9. Воробьева, И. П. Экономика и управление производством : учебное пособие для вузов / И. П. Воробьева, О. С. Селевич. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 191 с.
10. Гайдук, В. И. Экономика фирмы (предприятия) / В. И. Гайдук, Е. А. Шибанихин. – Краснодар : Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, 2020. – 161 с.
11. Абчук, В. А. Менеджмент в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 249 с.
12. Безручко, П. Практики регулярного менеджмента: управление исполнением, управление командой / Павел Безручко. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 368 с.
13. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. — 656 с.

7.2. Дополнительная литература

1. Кабашов, С. Ю. Кабашов, С. Ю. Морально-этические и правовые основы гос. и муниц. управления: проф. этика, кадр. политика, планирование карьеры и противодействие коррупции: Уч. пос. / С.Ю.Кабашов - Москва : ИД Дело РАНХиГС, 2014 - 216 с. ISBN 978-5-7749-0944-5, 100 экз. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/470719 Москва : ИД Дело РАНХиГС 2014 https://znanium.com/catalog/product/470719

2. Д. Ф. Аяцков, Н. С. Гегедюш, М. М. Мокеев, А. А. Подсумкова Правовые и организационные основы государственного и муниципального управления : учебное пособие / Д. Ф. Аяцков, Н. С. Гегедюш, М. М. Мокеев, А. А. Подсумкова. — Москва : Форум, 2012. — 448 с. — ISBN 978-5-91134-623-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/5013.html Москва : Форум 2012 http://www.iprbookshop.ru/5013.html

3. Кузин, В. И. Кузин, В. И. Организационно-правовые основы системы государственного и муниципального управления: Учебное пособие / Кузин В.И., Зуев С.Э. - Москва :ИД Дело РАНХиГС, 2014. - 120 с. (Образовательные инновации)ISBN 978-5-7749-0914-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/448719 Москва :ИД Дело РАНХиГС 2014 https://znanium.com/catalog/product/448719

4. А. Л. Гапоненко [и др.] ; под общей редакцией А. Л. Гапоненко Менеджмент : учебник для вузов / А. Л. Гапоненко [и др.] ; под общей редакцией А. Л. Гапоненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 365 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14954-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/507881 Москва : Издательство Юрайт 2022 https://urait.ru/bcode/507881

5. Иванова, И. А. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04184-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489027 Москва : Издательство Юрайт 2022 https://urait.ru/bcode/489027

6. Максимцов, М. М. Максимцов, М. М. Современный менеджмент : учебник / под ред. проф. М.М. Максимцова, проф. В.Я. Горфинкеля. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 299 с. - ISBN 978-5-9558-0383-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1841703 Москва :Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М 2022 https://znanium.com/catalog/product/1841703

7. Володько О. В. Володько, О. В. Экономика организации : учебное пособие / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй ; под редакцией О. В. Володько. — 3-е изд. — Минск : Вышэйшая школа, 2017. — 400 c. — ISBN 978-985-06-2826-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/90720.html Минск : Вышэйшая школа 2017 http://www.iprbookshop.ru/90720.html

8. Коршунова, Е. Д. Коршунова, Е. Д. Экономика, организация и управление промышленным предприятием : учебник / Е.Д. Коршунова, О.В. Попова, И.Н. Дорожкин, О.Е. Зимовец, С.В. Курилова, А.Г. Схиртладзе, А.А. Корниенко. — Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2021. — 272 с. - ISBN 978-5-906818-90-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1471716 Москва : КУРС: ИНФРА-М 2021 https://znanium.com/catalog/product/1471716

9. Экономика и управление предприятием : учебное пособие / составители М. В. Верховская, Е. В. Меньшикова, А. Н. Древаль. — Томск : Томский политехнический университет, 2019. — 117 с. — ISBN 978-5-4387-0914-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/96093.html Томск : Томский политехнический университет 2019 http://www.iprbookshop.ru/96093.html

10. Дресвянников, В. А. Дресвянников, В. А. Менеджмент организации : учебное пособие / В. А. Дресвянников, О. Е. Чуфистов, А. Б. Зубков. — Саратов : Вузовское образование,

2014. — 137 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/23580.html Саратов : Вузовское образование 2014 http://www.iprbookshop.ru/23580.html

11. Жигун, Л. А. Жигун, Л. А. Менеджмент оптовых организаций : учеб. пособие / Л.А. Жигун. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 107 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005603-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1007912 Москва : ИНФРА-М 2019 https://znanium.com/catalog/product/1007912

12. Иванов, И. Н. Иванов, И. Н. Организация труда на промышленных предприятиях : учебник для вузов / И. Н. Иванов, А. М. Беляев. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11376-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/495701 Москва : Издательство Юрайт2022 https://urait.ru/bcode/495701

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция Российской Федерации;
2. Гражданский кодекс Российской Федерации;
3. Земельный кодекс Российской Федерации;
4. Градостроительный кодекс Российской Федерации;
5. Водный кодекс Российской Федерации;
6. Лесной кодекс Российской Федерации;
7. Закон Российской Федерации «О недрах» от 21.02.1992 N2395-1;
8. Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»;
9. Федеральный закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ «Об акционерных обществах»
10. Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»;
11. Федеральный конституционный закон от 17.12.1997 N 2-ФКЗ «О Правительстве Российской Федерации»;
12. Федеральный конституционный закон от 31.12.1996 N 1-ФКЗ «О судебной системе Российской Федерации»;
13. Арбитражно-процессуальный кодекс.

7.4. Интернет-ресурсы

1. Электронно-библиотечная система «Лань» - htpp : //e.lanbook.com

2.Электронно-библиотечная система - htpp : //znanium.com

3.Электронно-библиотечная система - htpp : //ibooks.ru

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Адрес	Наименование оборудованных учебных кабинетов	Оснащенность оборудованных учебных кабинетов, перечень программного обеспечения
680000, Хабаровский край, г. Хабаровск, ул. Муравьева-Амурского, д.33	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), практик, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Специализированная мебель для организации рабочих мест обучающихся и преподавателя, технические средства обучения, мультимедийное оборудование, доступ к сети «Интернет» и электронной информационно-образовательной среде. Программное обеспечение: Microsoft Windows, пакет Microsoft office, антивирусное программное обеспечение.
680000, Хабаровский край, г. Хабаровск, ул. Муравьева-Амурского, д.33	Учебные аудитории для самостоятельной работы обучающихся	Специализированная мебель для организации рабочих мест обучающихся, технические средства обучения, мультимедийное оборудование, доступ к сети «Интернет» и электронной информационно-образовательной среде. Программное обеспечение: Microsoft Windows, пакет Microsoft office, антивирусное программное обеспечение.
680000, Хабаровский край, г. Хабаровск, ул. Муравьева-Амурского, д.33, Точка кипения	Центр (класс) деловых игр	Специализированная мебель для организации рабочих мест обучающихся и преподавателя, технические средства обучения, мультимедийное оборудование, учебно-наглядные пособия, доска маркерная, доступ к сети «Интернет» и электронной информационно-образовательной среде. Программное обеспечение: Microsoft Windows, пакет Microsoft office, антивирусное программное обеспечение.
680000, Хабаровский край, г. Хабаровск, ул. Муравьева-Амурского, д.33	Специальная библиотека (библиотека ограниченного доступа) /	Помещение для самостоятельной работы обучающихся. Специализированная мебель для организации рабочих мест обучающихся, технические средства обучения, мультимедийное оборудование. Читальный зал научной библиотеки оснащен компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и электронной информационно-образовательной среде. Программное обеспечение: Microsoft Windows, пакет Microsoft office, антивирусное программное обеспечение.