

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной и научной работе

Дата подписания: 31.08.2023 16:06:10

Уникальный идентификатор документа:

d7a26b9e8ca85e98ec3de2eb454b4659d061f249

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»**

## Рабочая программа дисциплины (модуля)

# Методы оптимизации коммерческой деятельности

Закреплена за подразделением

Кафедра промышленного менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

зачет с оценкой 8

аудиторные занятия 44

самостоятельная работа 64

### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	УП	РП		
Неделя	12 4/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	22	22	22	22
Практические	22	22	22	22
Итого ауд.	44	44	44	44
Контактная работа	44	44	44	44
Сам. работа	64	64	64	64
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

*кэн, доцент, Скрыбин Олег Олегович*

Рабочая программа

**Методы оптимизации коммерческой деятельности**

Разработана в соответствии с ОС ВО:

Самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» по направлению подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (приказ от 02.04.2021 г. № 119 о.в.)

Составлена на основании учебного плана:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ, 38.03.02-БМН-23.plx , утвержденного Ученым советом НИТУ МИСИС в составе соответствующей ОПОП ВО 22.06.2023, протокол № 5-23

Утверждена в составе ОПОП ВО:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ, , утвержденной Ученым советом НИТУ МИСИС 22.06.2023, протокол № 5-23

Рабочая программа одобрена на заседании

**Кафедра промышленного менеджмента**

Протокол от 25.05.2021 г., №15

Руководитель подразделения Костюхин Ю.Ю.

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ**

1.1	Целью освоения дисциплины является научить теории и практике оптимизации коммерческой деятельности как системы знаний, необходимых для оценки и прогнозирования возможностей рынка и принятия решений по управлению коммерческой деятельностью на стратегическом и тактическом уровнях.
1.2	Задачи дисциплины – уметь:
1.3	- формировать рациональный ассортимент
1.4	- управлять товародвижением, минимизировать затраты в каналах товародвижения
1.5	- управлять ассортиментом продукции
1.6	- оптимизировать различные направления коммерческой деятельности предприятия

**2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Блок ОП:		Б1.В
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Внешнеэкономическая деятельность	
2.1.2	Металловедение и сертификация продукции	
2.1.3	Основы аудита	
2.1.4	Производственная логистика	
2.1.5	Финансовые рынки и институты. Рынок ценных бумаг	
2.1.6	Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	
2.1.7	Логистика	
2.1.8	Финансы	
2.1.9	Основы производственного менеджмента и бережливое производство	
2.1.10	Экономическая оценка инвестиций	
2.1.11	Маркетинг	
2.1.12	Менеджмент	
2.1.13	Project Management	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	

**3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ**

<b>ПК-2: Способен определять ситуации (контекст) рискованных видов, сфер деятельности организации; идентификацию и формирование портфеля рисков; мониторинг рисков по функциональным сферам и процессам деятельности организации</b>
<b>Знать:</b>
ПК-2-31 цели, задачи и методы оптимизации коммерческой деятельности
<b>ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций, применять знание экономических, организационных и управленческих вопросов, таких как: управление проектами, рисками и изменениями</b>
<b>Знать:</b>
ОПК-4-31 инструменты электронной коммерции и их использование для оптимизации коммерческой деятельности
<b>ПК-2: Способен определять ситуации (контекст) рискованных видов, сфер деятельности организации; идентификацию и формирование портфеля рисков; мониторинг рисков по функциональным сферам и процессам деятельности организации</b>
<b>Уметь:</b>
ПК-2-У3 - анализировать систему продвижения и сбыта, каналы распределения
ПК-2-У2 - анализировать снабженческую деятельность
ПК-2-У1 анализировать товарную номенклатуру и ассортимент
<b>ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций, применять знание экономических, организационных и управленческих вопросов, таких как: управление проектами, рисками и изменениями</b>
<b>Уметь:</b>

ОПК-4-У1 анализировать конкурентоспособность продукции
<b>ПК-2: Способен определять ситуации (контекст) рисков видов, сфер деятельности организации; идентификацию и формирование портфеля рисков; мониторинг рисков по функциональным сферам и процессам деятельности организации</b>
<b>Владеть:</b>
ПК-2-В2 - методами оптимизации снабженческой деятельности
ПК-2-В3 - методами оптимизации продвижения и сбыта, каналов распределения
<b>ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций, применять знание экономических, организационных и управленческих вопросов, таких как: управление проектами, рисками и изменениями</b>
<b>Владеть:</b>
ОПК-4-В1 - методами оптимизации конкурентоспособности продукции
<b>ПК-2: Способен определять ситуации (контекст) рисков видов, сфер деятельности организации; идентификацию и формирование портфеля рисков; мониторинг рисков по функциональным сферам и процессам деятельности организации</b>
<b>Владеть:</b>
ПК-2-В1 - методами оптимизации товарной номенклатуры и ассортимента

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Формируемые индикаторы компетенций	Литература и эл. ресурсы	Примечание	КМ	Выполняемые работы
	<b>Раздел 1. Цели, задачи и методы оптимизации коммерческой деятельности</b>							
1.1	Цели, задачи и методы оптимизации коммерческой деятельности /Лек/	8	4	ПК-2-31 ПК-2-У1 ПК-2-В1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1		КМ1,К М2	
1.2	Эконометрические методы исследования и прогнозирования, используемые при оптимизации коммерческой деятельности /Пр/	8	4	ПК-2-31 ПК-2-У1 ПК-2-В1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1		КМ1,К М2	
1.3	Цели, задачи и методы оптимизации коммерческой деятельности /Ср/	8	16	ПК-2-31 ПК-2-У1 ПК-2-В1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1		КМ1,К М2	Р1
1.4	Оптимизация товарного ассортимента /Пр/	8	2	ПК-2-31 ПК-2-У1 ПК-2-В1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1		КМ1,К М2	
	<b>Раздел 2. Оптимизация продвижения и снабженческо-сбытовой деятельности</b>							
2.1	Оптимизация каналов сбытовой деятельности /Лек/	8	6	ПК-2-У2 ПК-2-В2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1		КМ3	
2.2	Оптимизация запасов /Пр/	8	4	ПК-2-У2 ПК-2-В2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1		КМ3	

2.3	Деловая игра «Управление запасами» /Пр/	8	2	ПК-2-У2 ПК-2-В2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1	Деловая игра	КМ3	
2.4	Оптимизация продвижения и снабженческо-сбытовой деятельности /Ср/	8	16	ПК-2-У2 ПК-2-В2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1		КМ3	Р1
<b>Раздел 3. Оптимизация стратегии развития коммерческой деятельности и каналов распределения</b>								
3.1	Оптимизация стратегии развития и продвижения товара на рынке /Лек/	8	6	ПК-2-У3 ПК-2-В3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1		КМ4	
3.2	Инновационная политика и оптимизация товарной стратегии на ее основе /Пр/	8	2	ПК-2-У3 ПК-2-В3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1		КМ4	
3.3	Оптимизация товара на основе его жизненного цикла на рынке /Пр/	8	2	ПК-2-У3 ПК-2-В3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1		КМ4	
3.4	Оптимизация стратегии развития коммерческой деятельности /Ср/	8	16	ПК-2-У3 ПК-2-В3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1		КМ4	Р1
<b>Раздел 4. Оптимизация товарной и ценовой политики, оптимизация конкурентоспособности продукции</b>								
4.1	Товарная политика и ее оптимизация /Лек/	8	6	ОПК-4-31 ОПК-4-У1 ОПК-4-В1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1		КМ5	
4.2	Сервис в системе товарной политики предприятия. Оптимизация системы сервисного обслуживания /Пр/	8	2	ОПК-4-31 ОПК-4-У1 ОПК-4-В1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1		КМ5	
4.3	Деловая игра «Разработка мероприятий по оптимизации коммерческой деятельности» /Пр/	8	2	ОПК-4-31 ОПК-4-У1 ОПК-4-В1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1	Деловая игра	КМ5	
4.4	Оптимизация качественных характеристик товара /Пр/	8	2	ОПК-4-31 ОПК-4-У1 ОПК-4-В1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1		КМ5	
4.5	Оптимизация товарной и ценовой политики, оптимизация конкурентоспособности продукции /Ср/	8	16	ОПК-4-31 ОПК-4-У1 ОПК-4-В1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1		КМ5	Р1

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

#### 5.1. Контрольные мероприятия (контрольная работа, тест, коллоквиум, экзамен и т.п), вопросы для самостоятельной подготовки

Код КМ	Контрольное мероприятие	Проверяемые индикаторы компетенций	Вопросы для подготовки
--------	-------------------------	------------------------------------	------------------------

КМ1	Вопросы для самостоятельной подготовки к зачету:	ПК-2-31;ОПК-4-31	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Цели, задачи и методы оптимизации коммерческой деятельности</li><li>2. Методы оптимизации товарной номенклатуры и ассортимента</li><li>3. Методы оптимизации ценовой политики</li><li>4. Методы оптимизации продвижения и снабженческо-сбытовой деятельности</li><li>5. Методы оптимизации конкурентоспособности продукции</li><li>6. Инструменты электронной коммерции и их использование для оптимизации коммерческой деятельности</li><li>7. Методы оптимизации стратегии развития коммерческой деятельности</li></ol>
-----	--	------------------	--

КМ2	1) Контрольная работа № 1	ПК-2-У1;ПК-2-В1	<p>Вариант 1</p> <p>Предприятие металлургии выпускает три вида проката: А, Б, В, показатели производства и реализации которых за прошлый год приведены в табл. Необходимо определить оптимальную ассортиментную политику предприятия на следующий год с учетом ограничения по трудовым ресурсам (40000 человеко-часов) и рассчитать величину экономического эффекта за счет оптимизации ассортиментной политики.</p> <p>Показатели для проката А:</p> <table> <tr> <td>Максимальная емкость рынка, т</td> <td>5000</td> </tr> <tr> <td>Фактический объем производства прошлого года, т</td> <td>500</td> </tr> <tr> <td>Цена реализации, тыс. руб./т</td> <td>284</td> </tr> <tr> <td>Удельные переменные затраты, тыс. руб./т</td> <td>260</td> </tr> <tr> <td>Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т</td> <td>34</td> </tr> </table> <p>Показатели для проката Б:</p> <table> <tr> <td>Максимальная емкость рынка, т</td> <td>4000</td> </tr> <tr> <td>Фактический объем производства прошлого года, т</td> <td>3000</td> </tr> <tr> <td>Цена реализации, тыс. руб./т</td> <td>68</td> </tr> <tr> <td>Удельные переменные затраты, тыс. руб./т</td> <td>58</td> </tr> <tr> <td>Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т</td> <td>5</td> </tr> </table> <p>Показатели для проката В:</p> <table> <tr> <td>Максимальная емкость рынка, т</td> <td>2200</td> </tr> <tr> <td>Фактический объем производства прошлого года, т</td> <td>2000</td> </tr> <tr> <td>Цена реализации, тыс. руб./т</td> <td>120</td> </tr> <tr> <td>Удельные переменные затраты, тыс. руб./т</td> <td>104</td> </tr> <tr> <td>Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т</td> <td>9</td> </tr> </table> <p>Постоянные затраты, млрд. руб. 80000</p> <p>Вариант 2</p> <p>Предприятие металлургии выпускает три вида проката: А, Б, В, показатели производства и реализации которых за прошлый год приведены в табл. Необходимо определить оптимальную ассортиментную политику предприятия на следующий год с учетом ограничения по трудовым ресурсам (50000 человеко-часов) и рассчитать величину экономического эффекта за счет оптимизации ассортиментной политики.</p> <p>Показатели для проката А:</p> <table> <tr> <td>Максимальная емкость рынка, т</td> <td>6000</td> </tr> <tr> <td>Фактический объем производства прошлого года, т</td> <td>500</td> </tr> <tr> <td>Цена реализации, тыс. руб./т</td> <td>284</td> </tr> <tr> <td>Удельные переменные затраты, тыс. руб./т</td> <td>260</td> </tr> <tr> <td>Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т</td> <td>34</td> </tr> </table> <p>Показатели для проката Б:</p> <table> <tr> <td>Максимальная емкость рынка, т</td> <td>4000</td> </tr> <tr> <td>Фактический объем производства прошлого года, т</td> <td>3000</td> </tr> <tr> <td>Цена реализации, тыс. руб./т</td> <td>68</td> </tr> <tr> <td>Удельные переменные затраты, тыс. руб./т</td> <td>58</td> </tr> <tr> <td>Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т</td> <td>5</td> </tr> </table> <p>Показатели для проката В:</p> <table> <tr> <td>Максимальная емкость рынка, т</td> <td>2500</td> </tr> <tr> <td>Фактический объем производства прошлого года, т</td> <td>2000</td> </tr> <tr> <td>Цена реализации, тыс. руб./т</td> <td>120</td> </tr> <tr> <td>Удельные переменные затраты, тыс. руб./т</td> <td>104</td> </tr> <tr> <td>Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т</td> <td>9</td> </tr> </table> <p>Постоянные затраты, млрд. руб. 70000</p> <p>Вариант 3</p> <p>Предприятие металлургии выпускает три вида проката: А, Б, В,</p>	Максимальная емкость рынка, т	5000	Фактический объем производства прошлого года, т	500	Цена реализации, тыс. руб./т	284	Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	260	Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	34	Максимальная емкость рынка, т	4000	Фактический объем производства прошлого года, т	3000	Цена реализации, тыс. руб./т	68	Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	58	Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	5	Максимальная емкость рынка, т	2200	Фактический объем производства прошлого года, т	2000	Цена реализации, тыс. руб./т	120	Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	104	Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	9	Максимальная емкость рынка, т	6000	Фактический объем производства прошлого года, т	500	Цена реализации, тыс. руб./т	284	Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	260	Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	34	Максимальная емкость рынка, т	4000	Фактический объем производства прошлого года, т	3000	Цена реализации, тыс. руб./т	68	Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	58	Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	5	Максимальная емкость рынка, т	2500	Фактический объем производства прошлого года, т	2000	Цена реализации, тыс. руб./т	120	Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	104	Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	9
Максимальная емкость рынка, т	5000																																																														
Фактический объем производства прошлого года, т	500																																																														
Цена реализации, тыс. руб./т	284																																																														
Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	260																																																														
Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	34																																																														
Максимальная емкость рынка, т	4000																																																														
Фактический объем производства прошлого года, т	3000																																																														
Цена реализации, тыс. руб./т	68																																																														
Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	58																																																														
Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	5																																																														
Максимальная емкость рынка, т	2200																																																														
Фактический объем производства прошлого года, т	2000																																																														
Цена реализации, тыс. руб./т	120																																																														
Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	104																																																														
Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	9																																																														
Максимальная емкость рынка, т	6000																																																														
Фактический объем производства прошлого года, т	500																																																														
Цена реализации, тыс. руб./т	284																																																														
Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	260																																																														
Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	34																																																														
Максимальная емкость рынка, т	4000																																																														
Фактический объем производства прошлого года, т	3000																																																														
Цена реализации, тыс. руб./т	68																																																														
Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	58																																																														
Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	5																																																														
Максимальная емкость рынка, т	2500																																																														
Фактический объем производства прошлого года, т	2000																																																														
Цена реализации, тыс. руб./т	120																																																														
Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	104																																																														
Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	9																																																														

			<p>показатели производства и реализации которых за прошлый год приведены в табл. Необходимо определить оптимальную ассортиментную политику предприятия на следующий год с учетом ограничения по трудовым ресурсам (60000 человеко-часов) и рассчитать величину экономического эффекта за счет оптимизации ассортиментной политики.</p> <p>Показатели для проката А:</p> <table> <tr> <td>Максимальная емкость рынка, т</td> <td>4000</td> </tr> <tr> <td>Фактический объем производства прошлого года, т</td> <td>500</td> </tr> <tr> <td>Цена реализации, тыс. руб./т</td> <td>284</td> </tr> <tr> <td>Удельные переменные затраты, тыс. руб./т</td> <td>260</td> </tr> <tr> <td>Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т</td> <td>34</td> </tr> </table> <p>Показатели для проката Б:</p> <table> <tr> <td>Максимальная емкость рынка, т</td> <td>4000</td> </tr> <tr> <td>Фактический объем производства прошлого года, т</td> <td>3000</td> </tr> <tr> <td>Цена реализации, тыс. руб./т</td> <td>68</td> </tr> <tr> <td>Удельные переменные затраты, тыс. руб./т</td> <td>58</td> </tr> <tr> <td>Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т</td> <td>5</td> </tr> </table> <p>Показатели для проката В:</p> <table> <tr> <td>Максимальная емкость рынка, т</td> <td>3000</td> </tr> <tr> <td>Фактический объем производства прошлого года, т</td> <td>2000</td> </tr> <tr> <td>Цена реализации, тыс. руб./т</td> <td>120</td> </tr> <tr> <td>Удельные переменные затраты, тыс. руб./т</td> <td>104</td> </tr> <tr> <td>Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т</td> <td>9</td> </tr> </table> <p>Постоянные затраты, млрд. руб. 92000</p>	Максимальная емкость рынка, т	4000	Фактический объем производства прошлого года, т	500	Цена реализации, тыс. руб./т	284	Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	260	Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	34	Максимальная емкость рынка, т	4000	Фактический объем производства прошлого года, т	3000	Цена реализации, тыс. руб./т	68	Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	58	Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	5	Максимальная емкость рынка, т	3000	Фактический объем производства прошлого года, т	2000	Цена реализации, тыс. руб./т	120	Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	104	Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	9
Максимальная емкость рынка, т	4000																																
Фактический объем производства прошлого года, т	500																																
Цена реализации, тыс. руб./т	284																																
Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	260																																
Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	34																																
Максимальная емкость рынка, т	4000																																
Фактический объем производства прошлого года, т	3000																																
Цена реализации, тыс. руб./т	68																																
Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	58																																
Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	5																																
Максимальная емкость рынка, т	3000																																
Фактический объем производства прошлого года, т	2000																																
Цена реализации, тыс. руб./т	120																																
Удельные переменные затраты, тыс. руб./т	104																																
Удельные затраты рабочего времени, чел-час./т	9																																

КМЗ	2) Контрольная работа № 2	ПК-2-У2;ПК-2-В2	<p>Вариант 1</p> <p>Затраты по организации заказа составляют 64 тыс. руб., годовая потребность в материале 4000 т. Годовые затраты на хранение составляют 20 % от стоимости запасов. Определить размер заказа, оптимизирующий общие издержки, если информация о скидках представлена ниже</p> <table data-bbox="727 369 1501 795"> <tr> <td>Вариант скидки</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Количество при котором предоставляется скидка, т 0 - 500</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Скидка, %</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Цена со скидкой, тыс. руб.</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Вариант скидки</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Количество при котором предоставляется скидка, т 500 - 1500</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Скидка, %</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Цена со скидкой, тыс. руб.</td> <td>4,8</td> </tr> <tr> <td>Вариант скидки</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Количество при котором предоставляется скидка, т 1500 и более</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Скидка, %</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Цена со скидкой, тыс. руб.</td> <td>4,75</td> </tr> </table> <p>Вариант 2</p> <p>Затраты по организации заказа составляют 36 тыс. руб., годовая потребность в материале 9000 т. Годовые затраты на хранение составляют 20 % от стоимости запасов. Определить размер заказа, оптимизирующий общие издержки, если информация о</p> <table data-bbox="727 1019 1501 1444"> <tr> <td>Вариант скидки</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Количество при котором предоставляется скидка, т 0 - 800</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Скидка, %</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Цена со скидкой, тыс. руб.</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Вариант скидки</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Количество при котором предоставляется скидка, т 800 - 2000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Скидка, %</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Цена со скидкой, тыс. руб.</td> <td>4,8</td> </tr> <tr> <td>Вариант скидки</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Количество при котором предоставляется скидка, т 2000 и более</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Скидка, %</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Цена со скидкой, тыс. руб.</td> <td>4,75</td> </tr> </table> <p>Вариант 3</p> <p>Затраты по организации заказа составляют 25 тыс. руб., годовая потребность в материале 16000 т. Годовые затраты на хранение составляют 20 % от стоимости запасов. Определить размер заказа, оптимизирующий общие издержки, если информация о скидках представлена ниже</p> <table data-bbox="727 1736 1501 2161"> <tr> <td>Вариант скидки</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Количество при котором предоставляется скидка, т 0 - 1000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Скидка, %</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Цена со скидкой, тыс. руб.</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Вариант скидки</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Количество при котором предоставляется скидка, т 1000 - 1800</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Скидка, %</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Цена со скидкой, тыс. руб.</td> <td>4,8</td> </tr> <tr> <td>Вариант скидки</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Количество при котором предоставляется скидка, т 1800 и более</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Скидка, %</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Цена со скидкой, тыс. руб.</td> <td>4,75</td> </tr> </table>	Вариант скидки	1	Количество при котором предоставляется скидка, т 0 - 500		Скидка, %	0	Цена со скидкой, тыс. руб.	5	Вариант скидки	2	Количество при котором предоставляется скидка, т 500 - 1500		Скидка, %	4	Цена со скидкой, тыс. руб.	4,8	Вариант скидки	3	Количество при котором предоставляется скидка, т 1500 и более		Скидка, %	5	Цена со скидкой, тыс. руб.	4,75	Вариант скидки	1	Количество при котором предоставляется скидка, т 0 - 800		Скидка, %	0	Цена со скидкой, тыс. руб.	5	Вариант скидки	2	Количество при котором предоставляется скидка, т 800 - 2000		Скидка, %	4	Цена со скидкой, тыс. руб.	4,8	Вариант скидки	3	Количество при котором предоставляется скидка, т 2000 и более		Скидка, %	5	Цена со скидкой, тыс. руб.	4,75	Вариант скидки	1	Количество при котором предоставляется скидка, т 0 - 1000		Скидка, %	0	Цена со скидкой, тыс. руб.	5	Вариант скидки	2	Количество при котором предоставляется скидка, т 1000 - 1800		Скидка, %	4	Цена со скидкой, тыс. руб.	4,8	Вариант скидки	3	Количество при котором предоставляется скидка, т 1800 и более		Скидка, %	5	Цена со скидкой, тыс. руб.	4,75
Вариант скидки	1																																																																										
Количество при котором предоставляется скидка, т 0 - 500																																																																											
Скидка, %	0																																																																										
Цена со скидкой, тыс. руб.	5																																																																										
Вариант скидки	2																																																																										
Количество при котором предоставляется скидка, т 500 - 1500																																																																											
Скидка, %	4																																																																										
Цена со скидкой, тыс. руб.	4,8																																																																										
Вариант скидки	3																																																																										
Количество при котором предоставляется скидка, т 1500 и более																																																																											
Скидка, %	5																																																																										
Цена со скидкой, тыс. руб.	4,75																																																																										
Вариант скидки	1																																																																										
Количество при котором предоставляется скидка, т 0 - 800																																																																											
Скидка, %	0																																																																										
Цена со скидкой, тыс. руб.	5																																																																										
Вариант скидки	2																																																																										
Количество при котором предоставляется скидка, т 800 - 2000																																																																											
Скидка, %	4																																																																										
Цена со скидкой, тыс. руб.	4,8																																																																										
Вариант скидки	3																																																																										
Количество при котором предоставляется скидка, т 2000 и более																																																																											
Скидка, %	5																																																																										
Цена со скидкой, тыс. руб.	4,75																																																																										
Вариант скидки	1																																																																										
Количество при котором предоставляется скидка, т 0 - 1000																																																																											
Скидка, %	0																																																																										
Цена со скидкой, тыс. руб.	5																																																																										
Вариант скидки	2																																																																										
Количество при котором предоставляется скидка, т 1000 - 1800																																																																											
Скидка, %	4																																																																										
Цена со скидкой, тыс. руб.	4,8																																																																										
Вариант скидки	3																																																																										
Количество при котором предоставляется скидка, т 1800 и более																																																																											
Скидка, %	5																																																																										
Цена со скидкой, тыс. руб.	4,75																																																																										

--	--	--	--

КМ4	3) Контрольная работа № 3	ПК-2-У3;ПК-2-В3	<p>Вариант 1</p> <p>1. Определите, какой канал распределения более эффективен.</p> <p>1) Канал нулевого уровня: расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 250 млн. руб., издержки обращения – 100 млн., прибыль от реализации товара – 700 млн.;</p> <p>2) Одноуровневый канал: издержки обращения 160 млн., прибыль может достигнуть 120 млн.;</p> <p>3) Двухуровневый канал: издержки обращения – 80 млн., плановая прибыль 120 млн.</p> <p>2. Организация формирует отдел продаж. Для торговых агентов на предприятии предусмотрен оклад 15 тыс. руб. и 2% комиссионных. Оклад торгового представителя 10 тыс. руб., и 4% комиссионных. Они работают в одной географической области, месячный оборот ожидается 260 тыс. руб. Кто выгоднее предприятию – торговый агент или торговый представитель?</p> <p>Вариант 2</p> <p>1. Рассмотрите три вида каналов распределения и определите, какой наиболее выгоден для производителя:</p> <p>1) Канал нулевого уровня: расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 100 млн. руб., издержки обращения – 80 млн., прибыль от реализации товара – 360 млн.;</p> <p>2) Одноуровневый канал: издержки обращения – 70 млн., ожидаемая прибыль 175 млн.;</p> <p>3) Двухуровневый канал: издержки обращения – 60 млн., прибыль может составить 130 млн.</p> <p>2. Организация формирует отдел продаж. Возможны 2 варианта – набор торговых агентов (обычная оплата – 16 тыс. руб. в месяц плюс 0,5% комиссионных с объема реализации) или привлечение торговых представителей (без оклада, 3% комиссионных от объемов реализации). При каких объемах реализации в месяц предпочтительнее с точки зрения минимизации выплат работникам первый вариант, при каких – второй?</p> <p>Вариант 3</p> <p>1. Сделайте вывод, какой канал распределения более эффективен, если известно:</p> <p>1) Канал нулевого уровня: расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 320 млн. руб., издержки обращения – 180 млн., прибыль от реализации товара 600 млн.;</p> <p>2) Одноуровневый канал: издержки обращения 180 млн., прибыль может достигнуть 100 млн.;</p> <p>3) Двухуровневый канал: издержки обращения – 100 млн., плановая прибыль 80 млн.</p> <p>2. Организация формирует отдел продаж. Для торговых агентов на предприятии предусмотрен оклад 25 тыс. руб. и 2% комиссионных. Оклад торгового представителя 20 тыс. руб., и 3% комиссионных. Они работают в одной географической области, месячный оборот ожидается 200 тыс. руб. Кто выгоднее предприятию – торговый агент или</p>
-----	---------------------------	-----------------	---

			торговый представитель?
--	--	--	----------------------------

КМ5	4) Контрольная работа № 4	ОПК-4-У1;ОПК-4-В1	<p>вариант 1</p> <p>Результаты балльной оценки ювелирных изделий марок «А», «Б», «В», «Г», «Д» по 10-ти балльной шкале</p> <p>Исследуемая марка - А</p> <p>Внешний вид 8</p> <p>Вес 6</p> <p>Материал 4</p> <p>Вид застежек и замков 7</p> <p>Исследуемая марка - Б</p> <p>Внешний вид 5</p> <p>Вес 4</p> <p>Материал 2</p> <p>Вид застежек и замков 7</p> <p>Исследуемая марка - В</p> <p>Внешний вид 6</p> <p>Вес 2</p> <p>Материал 8</p> <p>Вид застежек и замков 8</p> <p>Исследуемая марка - Г</p> <p>Внешний вид 10</p> <p>Вес 10</p> <p>Материал 10</p> <p>Вид застежек и замков 10</p> <p>Исследуемая марка - Д</p> <p>Внешний вид 9</p> <p>Вес 9</p> <p>Материал 5</p> <p>Вид застежек и замков 2</p> <p>Для показателей, характеризующих потребительские свойства ювелирных изделий, коэффициенты весомости следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- внешний вид – 0,4</li> <li>- вес – 0,3</li> <li>- материал – 0,1</li> <li>- вид застежек и замков – 0,2</li> </ul> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного изделия:</p> <p>Исследуемая марка - А</p> <p>Стоимость материала 20</p> <p>Стоимость драгоценного камня 70</p> <p>Затраты на огранку 42</p> <p>Затраты на шлифовку 37</p> <p>Упаковка 2</p> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного изделия:</p> <p>Исследуемая марка - Б</p> <p>Стоимость материала 23</p> <p>Стоимость драгоценного камня 74</p> <p>Затраты на огранку 47</p> <p>Затраты на шлифовку 32</p> <p>Упаковка 3</p> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного изделия:</p> <p>Исследуемая марка - В</p> <p>Стоимость материала 27</p> <p>Стоимость драгоценного камня 82</p> <p>Затраты на огранку 40</p> <p>Затраты на шлифовку 33</p> <p>Упаковка 3</p> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного</p>
-----	---------------------------	-------------------	--

		<p>изделия:</p> <p>Исследуемая марка - Г</p> <p>Стоимость материала 24</p> <p>Стоимость драгоценного камня 86</p> <p>Затраты на огранку 50</p> <p>Затраты на шлифовку 35</p> <p>Упаковка 2</p> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного изделия:</p> <p>Исследуемая марка - Д</p> <p>Стоимость материала 20</p> <p>Стоимость драгоценного камня 80</p> <p>Затраты на огранку 44</p> <p>Затраты на шлифовку 39</p> <p>Упаковка 2</p> <p>Рассчитать:</p> <p>1 Уровень конкурентоспособности всех изделий по отношению к изделию Б</p> <p>2 Интегральный показатель конкурентоспособности всех изделий по отношению к изделию Б</p> <p>3 Сделать выводы о соответствии цены и качества сравниваемых ювелирных изделий</p> <p>Вариант 2</p> <p>Результаты балльной оценки ювелирных изделий марок «А», «Б», «В», «Г», «Д» по 10-ти балльной шкале</p> <p>Исследуемая марка - А</p> <p>Внешний вид 8</p> <p>Вес 6</p> <p>Материал 4</p> <p>Вид застежек и замков 7</p> <p>Исследуемая марка - Б</p> <p>Внешний вид 5</p> <p>Вес 4</p> <p>Материал 2</p> <p>Вид застежек и замков 7</p> <p>Исследуемая марка - В</p> <p>Внешний вид 6</p> <p>Вес 2</p> <p>Материал 8</p> <p>Вид застежек и замков 8</p> <p>Исследуемая марка - Г</p> <p>Внешний вид 10</p> <p>Вес 10</p> <p>Материал 10</p> <p>Вид застежек и замков 10</p> <p>Исследуемая марка - Д</p> <p>Внешний вид 9</p> <p>Вес 9</p> <p>Материал 5</p> <p>Вид застежек и замков 2</p> <p>Для показателей, характеризующих потребительские свойства ювелирных изделий, коэффициенты весомости следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- внешний вид – 0,4</li> <li>- вес – 0,3</li> <li>- материал – 0,1</li> <li>- вид застежек и замков – 0,2</li> </ul> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного</p>
--	--	--

		<p>изделия:</p> <p>Исследуемая марка - А</p> <p>Стоимость материала 20</p> <p>Стоимость драгоценного камня 70</p> <p>Затраты на огранку 42</p> <p>Затраты на шлифовку 37</p> <p>Упаковка 2</p> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного изделия:</p> <p>Исследуемая марка - Б</p> <p>Стоимость материала 23</p> <p>Стоимость драгоценного камня 74</p> <p>Затраты на огранку 47</p> <p>Затраты на шлифовку 32</p> <p>Упаковка 3</p> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного изделия:</p> <p>Исследуемая марка - В</p> <p>Стоимость материала 27</p> <p>Стоимость драгоценного камня 82</p> <p>Затраты на огранку 40</p> <p>Затраты на шлифовку 33</p> <p>Упаковка 3</p> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного изделия:</p> <p>Исследуемая марка - Г</p> <p>Стоимость материала 24</p> <p>Стоимость драгоценного камня 86</p> <p>Затраты на огранку 50</p> <p>Затраты на шлифовку 35</p> <p>Упаковка 2</p> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного изделия:</p> <p>Исследуемая марка - Д</p> <p>Стоимость материала 20</p> <p>Стоимость драгоценного камня 80</p> <p>Затраты на огранку 44</p> <p>Затраты на шлифовку 39</p> <p>Упаковка 2</p> <p>Рассчитать:</p> <p>1 Уровень конкурентоспособности всех изделий по отношению к изделию В</p> <p>2 Интегральный показатель конкурентоспособности всех изделий по отношению к изделию В</p> <p>3 Сделать выводы о соответствии цены и качества сравниваемых ювелирных изделий</p> <p>вариант 3</p> <p>Результаты балльной оценки ювелирных изделий марок «А», «Б», «В», «Г», «Д» по 10-ти балльной шкале</p> <p>Исследуемая марка - А</p> <p>Внешний вид 8</p> <p>Вес 6</p> <p>Материал 4</p> <p>Вид застежек и замков 7</p> <p>Исследуемая марка - Б</p> <p>Внешний вид 5</p> <p>Вес 4</p> <p>Материал 2</p> <p>Вид застежек и замков 7</p>
--	--	--

		<p>Исследуемая марка - В</p> <p>Внешний вид 6</p> <p>Вес 2</p> <p>Материал 8</p> <p>Вид застежек и замков 8</p> <p>Исследуемая марка - Г</p> <p>Внешний вид 10</p> <p>Вес 10</p> <p>Материал 10</p> <p>Вид застежек и замков 10</p> <p>Исследуемая марка - Д</p> <p>Внешний вид 9</p> <p>Вес 9</p> <p>Материал 5</p> <p>Вид застежек и замков 2</p> <p>Для показателей, характеризующих потребительские свойства ювелирных изделий, коэффициенты весомости следующие:</p> <p>- внешний вид – 0,4</p> <p>- вес – 0,3</p> <p>- материал – 0,1</p> <p>- вид застежек и замков – 0,2</p> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного изделия:</p> <p>Исследуемая марка - А</p> <p>Стоимость материала 20</p> <p>Стоимость драгоценного камня 70</p> <p>Затраты на огранку 42</p> <p>Затраты на шлифовку 37</p> <p>Упаковка 2</p> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного изделия:</p> <p>Исследуемая марка - Б</p> <p>Стоимость материала 23</p> <p>Стоимость драгоценного камня 74</p> <p>Затраты на огранку 47</p> <p>Затраты на шлифовку 32</p> <p>Упаковка 3</p> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного изделия:</p> <p>Исследуемая марка - В</p> <p>Стоимость материала 27</p> <p>Стоимость драгоценного камня 82</p> <p>Затраты на огранку 40</p> <p>Затраты на шлифовку 33</p> <p>Упаковка 3</p> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного изделия:</p> <p>Исследуемая марка - Г</p> <p>Стоимость материала 24</p> <p>Стоимость драгоценного камня 86</p> <p>Затраты на огранку 50</p> <p>Затраты на шлифовку 35</p> <p>Упаковка 2</p> <p>Элементы, из которых складывается стоимость ювелирного изделия:</p> <p>Исследуемая марка - Д</p> <p>Стоимость материала 20</p> <p>Стоимость драгоценного камня 80</p> <p>Затраты на огранку 44</p> <p>Затраты на шлифовку 39</p>
--	--	--

			Упаковка 2  Рассчитать: 1 Уровень конкурентоспособности всех изделий по отношению к изделию Д 2 Интегральный показатель конкурентоспособности всех изделий по отношению к изделию Д 3 Сделать выводы о соответствии цены и качества сравниваемых ювелирных изделий
<b>5.2. Перечень работ, выполняемых по дисциплине (Курсовая работа, Курсовой проект, РГР, Реферат, ЛР, ПР и т.п.)</b>			
Код работы	Название работы	Проверяемые индикаторы компетенций	Содержание работы
P1	Выполнение тестов на платформе LMS Canvas	ОПК-4-31;ПК-2-31	<p>Примеры тестовых заданий:</p> <p>Двухуровневая концепция товара включает следующие элементы:  а) товар по замыслу, фактический товар (в реальном исполнении), дополнительный товар (дополнительные услуги, сопровождающие покупку), потенциальный товар (товар с учетом потенциальных улучшений);  б) товар по замыслу, фактический товар (в реальном исполнении);  в) товар по замыслу, фактический товар (в реальном исполнении), дополнительный товар (дополнительные услуги, сопровождающие покупку);  г) товар по замыслу.</p> <p>2 Трехуровневая концепция товара включает следующие элементы:  а) товар по замыслу, фактический товар (в реальном исполнении), дополнительный товар (дополнительные услуги, сопровождающие покупку), потенциальный товар (товар с учетом потенциальных улучшений);  б) товар по замыслу, фактический товар (в реальном исполнении);  в) товар по замыслу, фактический товар (в реальном исполнении), дополнительный товар (дополнительные услуги, сопровождающие покупку);  г) товар по замыслу.</p> <p>3 Четырехуровневая концепция товара включает следующие элементы:  а) товар по замыслу, фактический товар (в реальном исполнении), дополнительный товар (дополнительные услуги, сопровождающие покупку), потенциальный товар (товар с учетом потенциальных улучшений);  б) товар по замыслу, фактический товар (в реальном исполнении);  в) товар по замыслу, фактический товар (в реальном исполнении), дополнительный товар (дополнительные услуги, сопровождающие покупку);  г) товар по замыслу.</p> <p>4 Если фирма стремится добавить в ассортиментный ряд товары, имеющие более высокие характеристики, например цена и качество, а также стремится добавить в ассортиментный ряд товары, имеющие сниженные характеристики, например, цена и качество снижаются, а размеры товаров уменьшаются, то данный метод оптимизации ассортимента называется:  а) наращивание вверх;  б) наращивание вниз;  в) двустороннее наращивание.</p> <p>5 Товарная дифференциация как направление</p>

			<p>оптимизации ассортиментной стратегии проявляется в:</p> <p>а) работе на узком сегменте рынка, оптимальном для небольшой фирмы;</p> <p>б) разнообразии и широкой гамме товаров, выделении фирмой своих товаров в качестве особых;</p> <p>в) значительном расширении сферы деятельности фирмы и осуществлении производства не связанных друг с другом товаров;</p> <p>г) освоении и контроле за производством или услугой по одной технологической цепочке.</p> <p>6 Инновационная стратегия, характеризующаяся обеспечением конкурентного преимущества путем «копирования» удачных товаров, сокращая себестоимость и снижая риски неудачи в реализации товара:</p> <p>а) модификация;</p> <p>б) имитация;</p> <p>в) инновация</p> <p>7 Выбор самых востребованных рынком моделей характерен для оптимизации сбыта на следующем этапе жизненного цикла товара:</p> <p>а) стадия внедрения на рынок;</p> <p>б) стадия роста;</p> <p>в) стадия зрелости;</p> <p>г) стадии спада.</p> <p>8 Сохранение на рынке одного-двух товаров, пользующихся наибольшим спросом, характерно для оптимизации сбыта на следующем этапе жизненного цикла товара:</p> <p>а) стадия внедрения на рынок;</p> <p>б) стадия роста;</p> <p>в) стадия зрелости;</p> <p>г) стадии спада.</p>
--	--	--	---

### 5.3. Оценочные материалы, используемые для экзамена (описание билетов, тестов и т.п.)

экзамен не предусмотрен

### 5.4. Методика оценки освоения дисциплины (модуля, практики. НИР)

Предполагается следующая шкала оценок:

- а) «отлично» (90 баллов и выше) – студент показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, твердые и достаточно полные знания в объеме пройденной программы, грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу;
- б) «хорошо» (75 - 90 баллов) – студент допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильно действует по применению знаний на практике, четко излагает материал;
- в) «удовлетворительно» (51 - 74 балла) – студент показывает знания в объеме пройденной программы, ответы излагает хотя и с ошибками, но уверенно исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов, правильно действует по применению знаний на практике;
- г) «неудовлетворительно» (50 баллов и ниже) – студент допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.

Оценка за дифференцированный зачет выставляется по итогам выполнения контрольных работ в течение семестра на основе рейтинга, рассчитанного в системе LMS Canvas.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л1.1	Виноградова Т. Г., Семилетова Я. И.	Управление маркетингом: учебное пособие	Электронная библиотека	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018
Л1.2	Чернопятов А. М.	Маркетинг: учебник	Электронная библиотека	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2019

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л1.3	Скрябин О. О., Черноволенко С. Е.	Методы оптимизации коммерческой деятельности (N 3668): практикум	Библиотека МИСиС	М.: [МИСиС], 2020
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л2.1	Кравченко О. В., Скрябин О. О.	Организация коммерческой деятельности предприятий (N 3666): практикум	Библиотека МИСиС	М.: [МИСиС], 2019
<b>6.1.3. Методические разработки</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л3.1	Скрябин О. О.	Методы оптимизации коммерческой деятельности (N 3171): метод. указания	Электронная библиотека	М.: [МИСиС], 2019
<b>6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</b>				
Э1	Система управления обучением с открытым исходным кодом LMS Canvas		<a href="https://lms.misis.ru/">https://lms.misis.ru/</a>	
<b>6.3 Перечень программного обеспечения</b>				
П.1	Microsoft Office			
П.2	LMS Canvas			
П.3	MS Teams			
П.4	Консультант Плюс			
П.5	Garant.ru			
<b>6.4. Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных</b>				

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Ауд.	Назначение	Оснащение
Читальный зал электронных ресурсов		комплект учебной мебели на 55 мест для обучающихся, 50 ПК с доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus.
Любой корпус Мультимедийная	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа и/или для проведения практических занятий:	комплект учебной мебели до 36 мест для обучающихся, мультимедийное оборудование, магнитно-маркерная доска, рабочее место преподавателя, ПК с доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus
Б-1107	Компьютерный класс	персональные компьютеры - 26 шт., пакет лицензионных программ MS Office, проектор, комплект учебной мебели

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1. Лекции и практические занятия проводятся с использованием компьютерной презентационной программы PowerPoint.
2. Практические занятия проводятся с использованием кейсовых ситуаций.
3. Текущий контроль, контрольные работы и зачет проводятся на основе использования специальных компьютерных программ тестирования знаний навыков и умений студентов.
4. Для самостоятельной работы и текущего контроля в системе «смешанного обучения» студенты используют специальные базы данных (электронные учебники) в среде LMS Canvas по разработанным траекториям.
5. Консультации по курсу проводятся с использованием e-mail и среды MS Teams.
6. Текущий контроль проводится в электронной среде LMS Canvas.
7. Нормативно-правовые акты по вопросам, затрагиваемым при изучении дисциплины размещены на сайте Консультант Плюс <http://www.consultant.ru/>