

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленский государственный университет»

Кафедра менеджмента

«Утверждаю»

Проректор по учебно-методической работе
_____ Ю.А. Устименко
« 21 » июня 2022 г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.О.17 Производственный менеджмент (основы организации производства, Product-менеджмент)

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Цифровой маркетинг и бренд-менеджмент

Форма обучения – очная

Курс – 3

Семестр – 5-6

Всего зачетных единиц – 7, часов – 252

Форма отчетности: зачет – 5 семестр,
экзамен – 6 семестр.

Программу разработал:
к.э.н., доцент О.В. Никитенкова

Одобрена на заседании кафедры менеджмента
«14 » июня 2022 г., протокол № 14

Зав. кафедрой менеджмента
Е.А. Беляева _____

Смоленск
2022

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Б1.О.17 Производственный менеджмент (основы организации производства, Product-менеджмент) относится к базовой части образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль): Цифровой маркетинг и бренд-менеджмент.

Изучается студентами 3 курса в 5-6 семестрах и опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Экономическая теория», «Экономика организации», «Введение в профессию», «Менеджмент», «Маркетинг», «Организационное развитие и управление организационными изменениями», «Проектирование рекламных продуктов», «Основы копирайтинга и нейминга» и др.

Данная дисциплина предваряет изучение таких профильных дисциплин, как: «Стратегический бренд-менеджмент», «Управление проектами» и др.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индикаторы достижения
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Знать: базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике, методы экономического и финансового планирования, основные финансовые инструменты, используемые для управления финансами; Уметь: анализировать информацию для принятия обоснованных экономических решений, применять экономические знания при выполнении практических задач; Владеть: способностью использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач.
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	Знать: основные экономические понятия, теории и инструментарий; основные теории и законы организации и организационного поведения; методы статистического исследования и анализа, бухгалтерского учёта и налогообложения; современные подходы к разработке продукта. Уметь: использовать знание экономических понятий, теории и инструментария в профессиональной деятельности; использовать знание организационной и управленческой теории; использовать методы статистического исследования, бухгалтерского учёта и налогообложения и осуществлять анализ на их основе; применять технологию проектирования нового продукта. Владеть: навыками использования знаний экономической теории и экономического инструментария в профессиональной деятельности; навыками использования организационной и управленческой теории; навыками статистического исследования и анализа, бухгалтерского учёта и налогообложения; навыками анализа внешней и внутренней среды, оптимизации организационных связей, анализа и управления поведением индивида, группы и организации в целом на основе теорий и понятий менеджмента для использования в профессиональной деятельности.
ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-	Знать: сущность, виды и технологию принятия управленческих решений; основные методы принятия

<p>управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия</p>	<p>управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды; основные теории менеджмента и теории лидерства; виды и сущность основных организационных структур управления; основные нормативно-правовые документы, регламентирующие сферу профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их законности и правомерности, социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия; использовать основные теории менеджмента и лидерства в профессиональной деятельности; анализировать организационные структуры управления; выявлять проблемы управленческого характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности для обоснования организационно-управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.</p> <p>Владеть: методикой и инструментарием принятия организационно-управленческих решений, методами оптимизации организационных структур, бизнес-процессов, организации коммуникаций, решения конфликтов в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия, в том числе с учётом правовых норм.</p>
<p>ПК-5. Способен управлять продуктовыми исследованиями, сопровождать дизайн, разработку и выпуск продукта; использовать инструменты проектного управления в продуктовом менеджменте и брендинге</p>	<p>Знать: виды и современные методы проведения маркетингового исследования; специфику сбора, измерения и анализа маркетинговой информации; основные механизмы управления продуктовыми исследованиями.</p> <p>Уметь: обрабатывать и анализировать результаты проведенных маркетинговых исследований; определять виды, методы, формы проведения маркетинговых исследований, применяемые в продуктовом менеджменте и брендинге; использовать инструменты проектного управления в продуктовом менеджменте и брендинге.</p> <p>Владеть: методологией маркетинговых исследований; современными инструментами маркетинговых исследований, применяемыми для разработки управленческих решений в продуктовом менеджменте и брендинге; навыками разработки и поддержки маркетинговых и брендинговых продуктов с использованием технологий баз данных, специализированных программных продуктов подготовки и управления контентом.</p>

3. Содержание дисциплины

ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА

Тема 1: Производство и производственные системы. Цикл производственного менеджмента. Планирование

Значение производства. Краткая история исследований производства. Г.Л. Гантт. А. Файоль. Ф. Тейлор. Г. Черч. Ф.Б. Гилберт. Л. Гилберт. Л. Гьюлик. Производство и производственные системы. Планирование как составляющая производственного менеджмента. Определение условий, организация, исполнение. Руководство.

Тема 2: Организация и управление производственным процессом

Понятие о производственном процессе. Основные принципы организации производственного процесса. Производственный цикл. Типы производства. Влияние типа производства на организационную структуру управления. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства.

Тема 3: Производственная программа и обеспечение ее выполнения

Основные разделы и технико-экономические показатели производственной программы. Производственная мощность. Расчеты производственных мощностей. Значения резервных мощностей. Определение потребности в трудовых, материальных и финансовых ресурсах для выполнения производственной программы. Контроль за выполнением производственной программы.

Тема 4: Организация, производительность и оплата труда

Понятие и значение научной организации труда. Рабочее место. Норма времени. Нора обслуживания. Организация и обслуживание рабочих мест. Эффективность организации обслуживания рабочих мест. Производительность и оплата труда. Нормирование труда. Время работы.

Тема 5: Основы управления качеством

Значение стандартизации и сертификации. МОС или ИСО. МЭК. Система качества. Структурирование функций качества. Текущее управление качеством. Диаграммы Парето. Статистический приемочный контроль по альтернативному признаку. Стандарты статистического приемочного контроля. План статистического контроля.

Тема 6: Основы логистики

Понятие логистики. Материальный поток. Логистика производственных процессов. Логистика запасов. Штриховые коды. Методы расчета потребности в материалах.

Тема 7: Система складирования и складская переработка продукции

Характеристика систем складирования. Оборудование для хранения материалов и определение его количества. Подъемно-транспортное оборудование и определение его потребности. Организация транспортно-складского материалопотока. Стратегии обеспечения материальными ресурсами различных предприятий. Расчет некоторых показателей работы склада.

Тема 8: Экономические и производственные риски

Понятие экономического и производственного рисков. Классификация экономических рисков. Факторы риска невостребованности продукции. Факторы производства. Среда возникновения риска. Центры ответственности. Центры затрат. Влияние трудового фактора на риск невостребованности продукции. Влияние основных производственных фондов на риск невостребованности продукции. Материальные ресурсы как фактор риска невостребованности продукции. Управление рисками на основе результатов экономического анализа. Задачи и этапы анализа рисков. Выявление области и оценка степени риска. Обоснование решения о производстве новой продукции.

PRODUCT-MENEДЖМЕНТ

Тема 1. Товар как маркетинговая категория

Товар как производственная, экономическая и маркетинговая категория. Возрастание значимости для компании эффективной товарной политики. Категории товара. Различия в категориях товара в разных странах. Система управления товаром. Уровни управления товаром. Жизненный цикл продукта.

Классификация потребительских товаров. Классификация товаров промышленно-технического назначения. Классификация услуг. Классификация взаимосвязей товаров в ассортименте.

Тема 2. Коммерческие характеристики товара и модели их исполнения

Понятие коммерческих и некоммерческих характеристик товара. Модель товара как общая композиция коммерческих характеристик товара. Деление моделей на атрибутивные и неатрибутивные. Вертикальное и латеральное исполнение характеристик товара, основное на атрибутивном подходе.

Тема 3. Дизайн-мышление в создании инновационных продуктов (товаров)

Процесс дизайн-мышления в создании инновационных продуктов. Понимание проблемной области: кабинетные и полевые исследования. Классификация потребностей. Наблюдение и интервьюирование как основные методы проведения полевых исследований с целью выявления потребностей. Построение иерархии потребностей. Эмпатия. Интерпретация выявленных потребностей с точки зрения новых возможностей бизнеса. Понятие «стейкхолдер» и формирование портрета композитного стейкхолдера. Генерация идей. Оценка идей с точки зрения возможностей бизнеса и формирование концепта инновационного продукта. Сценарий применения разработанного концепта инновационного продукта. (storyboard). сторителлинг как способ донесения и тестирования идеи инновационного продукта. Дизайн исследования.

Тема 4. Стратегия и управление процессом создания нового продукта (товара)

Элементы стратегии продукта: определение целей, выбор стратегических альтернатив, выбор целевых потребителей (покупателей) и конкурентов, формулирование стратегии, описание применяемых маркетинг-микс и функциональных программ. Типы рынков/продуктов и стратегии поведения. Модели создания нового продукта. Leap подход («гипотеза-тестирование-научение»). Процесс формирования продукта и выявления потребителя-покупателя (product/customer discovery) и бизнес-модели.

Тема 5. Инструменты для управления индивидуальным товаром

Понятие и критерии классификации новых товаров: по критерию степень новизны для компании, по критерию природа инновационной концепции, по критерию происхождение инновации, по критерию изменение в поведении пользователей инноваций. Процесс разработки нового товара. Схема разработки нового товара, включающая типы решений по продукту.

Методы генерирования идей нового товара. Отбор идей и разработка концепции товара. Создание прототипа товара. Разработка «жестких» и «мягких» характеристик товара. Организационные аспекты процесса разработки новых товаров. Коммерциализация нового товара. Факторы успеха и неудачи новых товаров. Риски при разработке новых товаров и стратегии, уменьшающие риск. Этические и правовые аспекты разработки новой продукции.

Тема 6. Инструменты для управления марочным продуктом

Понятие и причины распространения марочных товаров. Основные компоненты торговой марки: марочное название, марочный знак, товарный знак. Глобальные, национальные, региональные, локальные марки товара. Понятие бренда. Соотношение понятий торговая марка и бренд. Персоны - бренды, товары-бренды, компании-бренды, регионы-бренды, государство-бренд. Параметры архитектуры бренда (брендинг). Стоимость бренда. Аудит бренда.

4. Тематический план

№ п/п	Темы	Всего часов	Форма занятий		
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа
5 семестр					
1	Производство и производственные системы. Цикл производственного менеджмента. Планирование	13	4	4	5
2	Организация и управление производственным	17	6	6	5

	процессом				
3	Производственная программа и обеспечение ее выполнения	13	4	4	5
4	Организация, производительность и оплата труда	13	4	4	5
5	Основы управления качеством	13	4	4	5
6	Основы логистики	13	4	4	5
7	Система складирования и складская переработка продукции	13	4	4	5
8	Экономические и производственные риски	13	4	4	5
ИТОГО:		108	34	34	40
6 семестр					
1	Товар как маркетинговая категория	20	6	8	6
2	Коммерческие характеристики товара и модели их исполнения	20	6	8	6
3	Дизайн-мышление в создании инновационных продуктов (товаров)	21	6	8	7
4	Стратегия и управление процессом создания нового продукта (товара)	20	6	8	6
5	Инструменты для управления индивидуальным товаром	18	4	8	6
6	Инструменты для управления марочным продуктом	18	4	8	6
Экзамен		27			27
ИТОГО:		144	32	48	37+27=64

5. Виды образовательной деятельности
Занятия лекционного типа

ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА

Тема 1: Производство и производственные системы. Цикл производственного менеджмента. Планирование
(4 часа)

План

1. Значение производства.
2. Краткая история исследований производства. Г.Л. Гантт. А. Файоль. Ф. Тейлор. Г. Черч. Ф.Б. Гилберт. Л. Гилберт. Л. Гьюлик.
3. Производство и производственные системы.
4. Планирование как составляющая производственного менеджмента.
5. Определение условий, организация, исполнение.

6. Руководство.

Тема 2: Организация и управление производственным процессом

(6 часов)

План

1. Понятие о производственном процессе.
2. Основные принципы организации производственного процесса.
3. Производственный цикл.
4. Типы производства.
5. Влияние типа производства на организационную структуру управления.
6. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства.

Тема 3: Производственная программа и обеспечение ее выполнения

(4 часа)

План

1. Основные разделы и технико-экономические показатели производственной программы.
2. Производственная мощность.
3. Расчеты производственных мощностей.
4. Значения резервных мощностей.
5. Определение потребности в трудовых, материальных и финансовых ресурсах для выполнения производственной программы.
6. Контроль за выполнением производственной программы.

Тема 4: Организация, производительность и оплата труда

(4 часа)

План

1. Понятие и значение научной организации труда.
2. Рабочее место.
3. Норма времени.
4. Нора обслуживания.
5. Организация и обслуживание рабочих мест.
6. Эффективность организации обслуживания рабочих мест.
7. Производительность и оплата труда.
8. Нормирование труда.
9. Время работы.

Тема 5: Основы управления качеством

(4 часа)

План

1. Значение стандартизации и сертификации.
2. МОС или ИСО.
3. МЭК.
4. Система качества.
5. Структурирование функций качества.
6. Текущее управление качеством.
7. Диаграммы Парето.
8. Статистический приемочный контроль по альтернативному признаку.
9. Стандарты статистического приемочного контроля.
10. План статистического контроля.

Тема 6: Основы логистики

(4 часа)

План

1. Понятие логистики.
2. Материальный поток.
3. Логистика производственных процессов.
4. Логистика запасов.
5. Штриховые коды.

6. Методы расчета потребности в материалах.

Тема 7: Система складирования и складская переработка продукции

(4 часа)

План

1. Характеристика систем складирования.
2. Оборудование для хранения материалов и определение его количества.
3. Подъемно-транспортное оборудование и определение его потребности.
4. Организация транспортно-складского материало потока.
5. Стратегии обеспечения материальными ресурсами различных предприятий.
6. Расчет некоторых показателей работы склада.

Тема 8: Экономические и производственные риски

(4 часа)

План

1. Понятие экономического и производственного рисков.
2. Классификация экономических рисков.
3. Факторы риска неустойчивости продукции.
4. Факторы производства.
5. Среда возникновения риска.
6. Центры ответственности.
7. Центры затрат.
8. Влияние трудового фактора на риск неустойчивости продукции.
9. Влияние основных производственных фондов на риск неустойчивости продукции.
10. Материальные ресурсы как фактор риска неустойчивости продукции.
11. Управление рисками на основе результатов экономического анализа.
12. Задачи и этапы анализа рисков.
13. Выявление области и оценка степени риска.
14. Обоснование решения о производстве новой продукции.

PRODUCT-MENEDJMENT

Тема 1. Товар как маркетинговая категория

(6 часов)

План

1. Товар как производственная, экономическая и маркетинговая категория.
2. Уровни управления товаром. Жизненный цикл продукта.
3. Классификация потребительских товаров.
4. Классификация услуг.

Тема 2. Коммерческие характеристики товара и модели их исполнения

(6 часов)

План

1. Понятие коммерческих и некоммерческих характеристик товара.
2. Модель товара как общая композиция коммерческих характеристик товара.
3. Деление моделей на атрибутивные и неатрибутивные.
4. Вертикальное и латеральное исполнение характеристик товара, основное на атрибутивном подходе.

Тема 3. Дизайн-мышление в создании инновационных продуктов (товаров)

(6 часов)

План

1. Процесс дизайн-мышления в создании инновационных продуктов.
2. Классификация потребностей. Построение иерархии потребностей.
3. Наблюдение и интервьюирование как основные методы проведения полевых исследований.

4. Сторителлинг как способ донесения и тестирования идеи инновационного продукта.
5. Дизайн исследования.

Тема 4. Стратегия и управление процессом создания нового продукта (товара)
(6 часов)

План

1. Элементы стратегии продукта.
2. Типы рынков/продуктов и стратегии поведения.
3. Модели создания нового продукта.
4. Lean подход («гипотеза-тестирование-научение»).
5. Процесс формирования продукта.

Тема 5. Инструменты для управления индивидуальным товаром
(4 часа)

План

1. Понятие и критерии классификации новых товаров.
2. Процесс разработки нового товара.
3. Методы генерирования идей нового товара.
4. Отбор идей и разработка концепции товара.
5. Коммерциализация нового товара.
6. Факторы успеха и неудачи новых товаров.

Тема 6. Инструменты для управления марочным продуктом
(4 часа)

План

1. Понятие и причины распространения марочных товаров.
2. Основные компоненты торговой марки: марочное название, марочный знак, товарный знак.
3. Глобальные, национальные, региональные, локальные марки товара.
4. Понятие бренда.
5. Соотношение понятий торговая марка и бренд.

Занятия семинарского типа (практические занятия)

ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА

Практическое занятие № 1

Производство и производственные системы. Цикл производственного менеджмента. Планирование

Вопросы для обсуждения

1. Значение производства.
2. Краткая история исследований производства.
3. Производство и производственные системы.
4. Планирование как составляющая производственного менеджмента.
5. Определение условий, организация, исполнение.

Практические задания

Тесты

1. Почему исследования производства стали активно проводиться в 18 веке?
 - а) потребовалось укрепление феодального строя.
 - б) это связано со становлением и развитием капиталистического способа производства.
2. Кем было предложено заранее планировать методы работы и всю производственную деятельность предприятия в целом?
 - а) Г.Л. Ганттом;
 - б) А. Файолем;

- в) Ф. Тейлором.
3. Кем была разработана методика микроанализа движений?
- а) Г. Черчем;
 б) Ф.Б. Гилбертом и Л. Гилберт;
 в) Л. Гьюликом.
4. Основные элементы производственных операций зависят от содержания работы?
- а) да;
 б) нет;
- Поясните свою позицию.
5. Могут ли быть использованы рекомендации А.К. Гастева в современных условиях?
- а) да;
 б) нет;
- Поясните свою позицию.
6. Можно ли деятельность предприятия рассматривать как сложную единую систему, состоящую из сети подчиненных, менее сложных?
- а) да;
 б) нет;
- Поясните свою позицию.
7. Что включает подсистема «исследование»?
- а) расчет потребности в персонале;
 б) распределение ресурсов;
 в) разработку календарного плана работы.
8. Существуют ли на российских предприятиях специальные службы организации производства?
- а) да;
 б) нет;
- Поясните свою позицию.
9. Являются ли планирование, анализ и контроль отдельными стадиями исследования системы в целом?
- а) да;
 б) нет;

Практическое занятие № 2
Организация и управление производственным процессом
Вопросы для обсуждения:

1. Понятие о производственном процессе.
2. Классификация производственных процессов.
3. Принципы организации производства. Пропорциональность в организации производства.
4. Принципы организации производства. Принцип параллельности.
5. Принципы организации производства. Непрерывность производства.
6. Принципы организации производства. Принцип ритмичности.
7. Производственный цикл.
8. Типы производства.
9. Массовое производство.
10. Серийное производство.
11. Единичное производство.
12. Влияние типа производства на организационную структуру управления.
13. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Содержание, задачи, основные этапы и системы управления технологической подготовкой производства.
14. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Обеспечение технологичности конструкции изделий.

15. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Разработка технологических процессов.
16. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Единичный технологический процесс.
17. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Типовой технологический процесс.
18. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Групповой технологический процесс.
19. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Разработка, приемка и передача в производство новых технологических процессов в соответствии с требованиями стандартов ИСО серии 9000.

Практические задания:

Тесты

1. Способ передачи деталей, при котором обработка производится партиями, а переход с операции на операцию только после обработки всей партии:

- а) параллельный;
- б) последовательный;
- в) смешанный;
- г) нет правильного ответа.

2. В единичном и мелкосерийном производстве обычно применяют:

- а) последовательный вид движения;
- б) параллельный;
- в) последовательный и смешанный;
- г) нет правильного ответа.

3. Основной ПП разделяется на следующие функции:

- а) заготовительная, обрабатывающая и сборочная;
- б) заготовительная, обрабатывающая и реализующая;
- в) заготовительная и транспортная;
- г) нет правильного ответа.

4. Участки оборудования располагаются в порядке ТП:

- а) согласованность;
- б) прямоточность;
- в) ритмичность;
- г) нет правильного ответа.

5. Длительность производственного цикла это:

- а) время, в течении которого обрабатываемые изделия находятся в производстве;
- б) промежуток времени между обработкой двух деталей;
- в) интервал времени между очередными выпусками равного количества изделий;
- г) нет правильного ответа.

6. Параллельно-последовательный вид движения:

- а) с операции на операцию детали передаются поштучно или небольшими партиями;
- б) с операции на операцию детали передаются только всей партией;
- в) отдельные детали в партии частично одновременно обрабатываются на двух или нескольких операциях;
- г) нет правильного ответа.

7. Параллельный вид движения применяется:

- а) только в серийном производстве;
- б) в единичном и массовом производстве;
- в) в крупносерийном и массовом производстве;
- г) нет правильного ответа

8. Производственный процесс протекает:

- а) только во времени;
- б) во времени и в пространстве;

- в) только в пространстве;
- г) нет правильного ответа.

9. Законченная часть ТП, выполняемая на одном рабочем месте:

- а) технологический переход;
- б) технологическая операция;
- в) вспомогательный переход;
- г) нет правильного ответа

10. Основной ПП это:

- а) процесс изготовления продукции, которая будет использоваться внутри предприятия;
- б) процесс, в результате которого исходное сырье и материалы превращаются в продукцию;
- в) совокупность орудий производства, необходимых для выполнения ТП;
- г) нет правильного ответа.

Практические задания

Задача 1: Определить общую продолжительность процесса обработки партии деталей при различных видах движения, если число деталей в партии $n = 20$, а время обработки одной детали (в мин) по операциям составляет: $t_1 = 0,5$; $t_2 = 1,0$; $t_3 = 1,5$; $t_4 = 2,0$. Передаточная партия равна 5 шт.

Задача 2:

Процесс	Время осуществления, недели	Предшествующий процесс
А: Изготовление рабочего чертежа	3,5	-
Б: Изготовление модели для литейной формы для корпуса	1,4	А
В: Обточка шестерен	0,9	А
Г: Отливка и обработка корпуса под давлением	0,8	Б
Д: Заготовка и проверка подшипников, сальников и специальных деталей	1,6	А
Е: Обточка валов	0,9	А
Ж: Зубофрезерование	2,1	В
З: Термообработка	0,6	Ж,Е
И: Сборка	2,5	Г,Д,З

Задача 3: Определить себестоимость изготовления партии деталей и себестоимость изготовления одной детали, если сумма затрат, производимых на партию деталей независимо от ее размера 900 руб., а затраты, производимые на каждую деталь 0,6 руб., партия деталей составляет 825 шт.

Практическое занятие № 3 **Производственная программа и обеспечение ее выполнения**

Анализ в маркетинге

Вопросы для обсуждения:

1. Основные разделы и технико-экономические показатели производственной программы.
2. Производственная мощность. Расчеты производственных мощностей. Значение резервных мощностей.
3. Определение потребности в трудовых, материальных и финансовых ресурсах для выполнения производственной программы.
4. Контроль за выполнением производственной программы.

Практические задания:

Тесты:

1. Есть ли различие между производственным разделом бизнес-плана и производственной мощностью?
 - а) да;
 - б) нет. Поясните Вашу позицию.
2. Следует ли при определении производственного результата за отчетный период учитывать внутрипроизводственное потребление?
 - а) да;
 - б) нет. Поясните Вашу позицию.
3. Влияют ли отраслевые особенности предприятия на методику расчета производственной мощности?
 - а) да;
 - б) нет. Поясните Вашу позицию.
4. При расчете производственной мощности на начало планового периода учитывается:
 - а) все наличное оборудование;
 - б) установленное оборудование;
 - в) резервное оборудование.
5. Учитывается ли при расчете эффективного фонда рабочего времени режим работы участка?
 - а) да;
 - б) нет. Поясните Вашу позицию.
6. Есть ли различия между методиками расчета рентабельности производства и рентабельности продаж?
 - а) да;
 - б) нет. Поясните Вашу позицию.
7. К каким показателям контроля относится коэффициент напряженности производственной программы?
 - а) частным?
 - б) общим.
8. Всегда ли высокий уровень концентрации производства свидетельствует о высокой экономической эффективности производства?
 - а) да;
 - б) нет. Поясните Вашу позицию.
9. Какие предприятия лучше приспособлены к перестройке производства на новые виды продукции?
 - а) малые;
 - б) средние;
 - в) крупные;
 - г) нет однозначного ответа.
10. Для решения какой задачи применяется коэффициент сопряженности мощности?
 - а) расчета уровня специализации?
 - б) оценки использования оборудования;
 - в) учета пропускной способности ведущих цехов и остальных звеньев производства.

Задачи:

Задача 1: В цехе завода три группы станков: шлифовальные – 15 шт., строгальные – 20 шт., револьверные – 25 шт. Норма времени на обработку единицы продукции в каждой группе станков соответственно: 1,5ч, 1,5ч, 2,5ч. Определите производственную мощность цеха, если известно, что режим – 2 смены, продолжительность смены – 8ч, регламентированные простои оборудования составляют 7% от режимного фонда времени, чисто рабочих дней в году – 230..

Практическое занятие № 4

Организация, производительность и оплата труда

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и значение научной организации труда.

2. Организация и обслуживание рабочих мест.
3. Производительность и оплата труда.

Практические задания:

Тесты:

1. Вы согласны с утверждением, что эффективный производственный менеджмент невозможен без научной организации труда?
 - а) да;
 - б) нет. Поясните Вашу позицию.
2. В какую из составляющих производственного менеджмента следует отнести "организацию труда":
 - а) планирование;
 - б) определение условий и организация
 - в) руководство
3. Профессионально – квалификационное разделение труда связано с:
 - а) местом различных групп работников в производственном процессе;
 - б) технологическим разделением труда;
 - в) делением работающих по разрядам и категориям.
4. Нужны ли дополнительные условия для внедрения научной организации труда?
 - а) да;
 - б) нет. Поясните Вашу позицию.
5. Вы согласны с утверждением, что организация рабочего места предполагает оснащение средствами и предметами труда, размещенными в определенном порядке?
 - а) да;
 - б) нет. Поясните Вашу позицию.
6. Количество и трудоемкость постоянно выполняемых работ отражают:
 - а) прогрессивность технологического процесса;
 - б) условия труда;
 - в) организационный уровень рабочего места.
7. С чего начинается планировка рабочих мест:
 - а) определения места нахождения рабочего места на участке в соответствии с его специализацией;
 - б) оценки степени рациональности новой планировки;
 - в) установления рационального места нахождения работника по отношению к основному технологическому оборудованию.
8. Нужно ли при планировании зон обслуживания учитывать поток заявок?
 - а) да;
 - б) нет. Поясните Вашу позицию.
9. Достаточно ли для оценки принятой системы обслуживания знания потока и интенсивности обслуживания?
 - а) да;
 - б) нет. Поясните Вашу позицию.
10. Если коэффициент соотношения времени обслуживания и времени работы станка больше единицы, зона обслуживания:
 - а) приемлема;
 - б) неприемлема.
11. Имеет ли значение в работе производственного менеджера нормирование труда?
 - а) да;
 - б) нет. Поясните Вашу позицию.
12. Следует ли применять нормирование труда применительно к служащим?
 - а) да;
 - б) нет. Поясните Вашу позицию.
13. Есть ли различия между понятиями "норма времени" и "норма выработки"
 - а) да;

- б) нет.
14. Целесообразно ли применять микроэлементное нормирование для служащих?
а) да;
б) нет. Поясните Вашу позицию.
15. Какой метод измерения производительности труда предпочтительнее для управления производительностью?
а) Стоимостной.
б) Трудовой.
в) Натуральный.
Поясните Вашу позицию.

Практическое занятие № 5 **Основы управления качеством**

Вопросы для обсуждения:

1. Значение стандартизации и сертификации.
2. Система качества.
3. Структурирование функции качества.
4. Текущее управление качеством.
5. Статистический приемочный контроль по альтернативному признаку. Стандарты статистического контроля.

Практические задания:

Тесты:

1. В Государственные стандарты Российской Федерации включены требования к упаковке и маркировке?
а) да;
б) нет.
2. Включает ли система качества маркетинг, поиск и изучение рынка?
а) да;
б) нет.
3. Включены ли в Государственные стандарты Российской Федерации требования совместимости и взаимозаменяемости продукции?
а) да;
б) нет.
4. Деятельность по гарантии качества включает послепродажное обслуживание?
а) да;
б) нет.
5. Для какой цели применяется метод СФК?
а) контроля качества технологических процессов;
б) решения проблемы инженерного воплощения качества в изделие.
6. Должны ли в системе качества взаимодействовать заказчик (потребитель) и поставщик (изготовитель)?
а) да;
б) нет.
7. Есть ли различие между ИСО 9003 и ИСО 9004?
а) да;
б) нет.
8. Имеет ли значение для заключения на поставку продукции наличие у поставщика системы качества?
а) да;
б) нет. Объясните Вашу позицию
9. Какая из фаз СФК является заключительной?
а) структурирование проекта;
б) планирование технологического процесса;

в) планирование производства.

10. Какая международная организация содействует международному сотрудничеству в вопросах стандартизации в области радиоэлектроники?

а) ИСО,

б) МЭК,

в) другая организация.

Практическое занятие № 6

Основы логистики

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие логистики.
2. Логистика производственных процессов.
3. Логистика запасов.
4. Использование технологии штриховых кодов.

Практические задания:

Задачи:

Задача: Фирма в течение года сбывает равномерно в общей сложности 1200шт. изделий. Издержки хранения составляют 1,0руб./шт. в единицу времени (за месяц), издержки заказа составляют 200руб./заказ. Определить оптимальный объем пополнения заказа (величина заказа).

Практическое занятие № 7

Система складирования и складская переработка продукции

Вопросы для обсуждения:

1. Характеристика систем складирования и размещения запасов.
2. Оборудование для хранения материалов и определение его количества.
3. Подъемно-транспортное оборудование и определение его потребности.
4. Организация транспортно-складского материало потока.
5. Стратегии обеспечения материальными ресурсами различных предприятий.
6. Расчет некоторых показателей работы склада.

Практические задания:

Тесты:

1. Что такое склад?
 - а) жилой дом;
 - б) забор;
 - в) здания, сооружения, устройства.
2. Каков наиболее стандартный тип движения продукции?
 - а) двухэшелонный;
 - б) одноэшелонный;
 - в) пятиэшелонный.
3. Сколько существует классов обслуживания?
 - а) пять;
 - б) два;
 - в) три.
4. Сколько составляющих общей площади складов?
 - а) два;
 - б) три;
 - в) четыре.
2. На сколько групп делятся погрузочно-разгрузочные машины?
 - а) две;
 - б) три;
 - в) четыре.
3. Чем определяется последовательность событий обслуживающей системы?

- а) потоком требований;
 - б) требованиями конвейера;
 - в) указанием директора.
4. Каков тип зависимости коэффициента экспансивной загрузки от времени работы машины?
- а) прямой;
 - б) обратный.
5. К каким изменениям характеристик в работе машины приведет максимальное использование грузоподъемности механизма и скорости?
- а) к интенсификации;
 - б) к простоям;
 - в) не повлияет на работу.

Задачи:

Задача 1: Допустим, что списочный состав погрузочно-разгрузочных механизмов на предприятии оптовой торговли составляет $N_2 = 20$ единиц, ежедневно в эксплуатации находится $N_1 = 15$ единиц. Время работы механизма $T_{см} = 8$ ч. необходимо определить коэффициент экстенсивной загрузки $K_{эк}$ механизмов при следующих условиях:

1. При существующих показателях;
2. При увеличении числа выпуска погрузочно-разгрузочных механизмов в эксплуатацию на 20%;
3. В случае увеличения времени работы механизма на 100%;
4. При увеличении выпуска погрузочно-разгрузочных механизмов в эксплуатацию на 20% и увеличении времени работы механизма на 100%.

Практическое занятие № 8
Экономические и производственные риски

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие экономического и производственного рисков.
2. Классификация экономических рисков.
3. Факторы риска невостребованности продукции.
4. Управление рисками на основе результатов экономического анализа.

Практические задания:

Задачи:

Задача: Организация ставит своей стратегической целью на ближайший период увеличение размера прибыли не менее чем в 2 раза. Руководители 3 различных подразделений предложили свои стратегические решения:

- Маркетинговая служба – увеличение объема продаж на 50%;
- Финансовая служба – уменьшение операционных расходов на 50%;
- Производственный отдел – уменьшение производственных затрат на 25%.

Текущее состояние организации:

1. объем продаж – 100000 у.е.
2. затраты на производство – 80000 у.е.
3. валовая прибыль
4. операционные расходы – 6000 у.е.
5. прибыль до уплаты налогов
6. налог – 25%
7. чистая прибыль

Необходимо определить наиболее выгодную для организации стратегию достижения поставленной цели.

PRODUCT-МЕНЕДЖМЕНТ

Практическое занятие 1. Товар как маркетинговая категория

Вопросы для обсуждения

1. Товар как производственная, экономическая и маркетинговая категория.
2. Возрастание значимости для компании эффективной товарной политики.
3. Различия в категориях товара в разных странах.
4. Система управления товаром.
5. Классификация взаимосвязей товаров в ассортименте.

Задания для самостоятельной работы

Задание 1. Рассмотрите на конкретных практических примерах производственную, экономическую и маркетинговую категории товаров.

Практическое занятие 2. Коммерческие характеристики товара и модели их исполнения

Вопросы для обсуждения

1. Понятие коммерческих и некоммерческих характеристик товара.
2. Модель товара как общая композиция коммерческих характеристик товара.
3. Деление моделей на атрибутивные и неатрибутивные.
4. Вертикальное и латеральное исполнение характеристик товара, основное на атрибутивном подходе.

Задания для самостоятельной работы

Задание 1. Обоснуйте различие коммерческих и некоммерческих характеристик товара. Опишите коммерческие и некоммерческие характеристики на примере известных вам товаров. Ответ представьте в виде презентации.

Практическое занятие 3. Дизайн-мышление в создании инновационных продуктов (товаров)

Вопросы для обсуждения

1. Процесс дизайн-мышления в создании инновационных продуктов.
2. Построение иерархии потребностей.
3. Интерпретация выявленных потребностей с точки зрения новых возможностей бизнеса.
4. Понятие «стейкхолдер» и формирование портрета композитного стейкхолдера.
5. Сценарий применения разработанного концепта инновационного продукта. (storyboard).

Задания для самостоятельной работы

Задание 1. Постройте иерархию потребностей вашего потенциального потребителя. Ответ представьте в виде презентации.

Практическое занятие 4. Стратегия и управление процессом создания нового продукта (товара)

Вопросы для обсуждения

1. Элементы стратегии продукта: определение целей, выбор стратегических альтернатив, выбор целевых потребителей (покупателей) и конкурентов, формулирование стратегии, описание применяемых маркетинг-микс и функциональных программ.
2. Модели создания нового продукта.
3. Leap подход («гипотеза-тестирование-научение»).
4. Процесс формирования продукта.

Задания для самостоятельной работы

Задание 1. Разработайте товар-новинку поэтапно.

Этапы разработки нового продукта

Разработка нового продукта – это разработка оригинальных продуктов, улучшение продуктов и их модернизация, создание новых марок продуктов путем проведения организацией своих собственных НИОКР.

Процесс разработки нового продукта состоит из восьми этапов:

- генерация идей;

- отбор идей;
- разработка концепции и ее проверка;
- разработка маркетинговой стратегии;
- анализ бизнеса;
- разработка непосредственно продукта;
- пробный маркетинг;
- коммерческое производство.

Генерация идей – систематический поиск идей о новых продуктах. Поиск новых идей осуществляется главным образом на основе внутренних источников организации (в отделе новой техники, в службе НИОКР, в отделе маркетинга и сбыта и т. п.), изучения мнений потребителей, конкурентов, поставщиков и дистрибьюторов, консультационных организаций, работы выставок и различных печатных изданий, путем использования специальных методов генерации идей.

Отбор идей – анализ всех выдвинутых идей о новом продукте с целью отсеивания неперспективных на наиболее ранней стадии разработки. В результате отбираются идеи о возможном продукте, который организация может предложить рынку.

Разработка концепции и ее проверка – идея о новом продукте трансформируется в концепцию продукта, которая испытывается на группе целевых потребителей для определения степени ее привлекательности. Концепция может быть представлена потребителям словесно или в виде иллюстраций. Разработка маркетинговой стратегии – определение маркетинговой стратегии выхода на рынок с новым продуктом. Здесь рассматриваются следующие вопросы. Прежде всего описываются размер, структура и характер целевого рынка, осуществляется позиционирование нового продукта. Далее даются оценки объему продаж, рыночной доле, цене, прибыли, осуществляется выбор каналов сбыта. Безусловно, что в большинстве случаев такие прогнозные оценки носят весьма ориентировочный характер.

Анализ бизнеса – оценка для нового продукта предполагаемых величин объема продаж, издержек и прибыли на предмет их соответствия целям организации. Другими словами, речь идет об оценке привлекательности для компании данного нового продукта.

Разработка продукта – более широкое понятие по сравнению с НИОКР, представляет трансформацию концепции нового продукта в материальный продукт, имеющий законченный товарный вид, т. е. она включает также маркетинговую разработку продукта.

Ответ представьте в виде презентации.

Практическое занятие 5. Инструменты для управления индивидуальным товаром

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и критерии классификации новых товаров: Процесс разработки нового товара.
2. Методы генерирования идей нового товара.
3. Разработка «жестких» и «мягких» характеристик товара.
4. Коммерциализация нового товара.

Задания для самостоятельной работы

Задание 1. Проведите классификацию товар по следующим критериям:

- степень новизны для компании;
- природа инновационной концепции;
- происхождение инновации;
- изменение в поведении пользователей инноваций.

Практическое занятие 6. Инструменты для управления марочным продуктом

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и причины распространения марочных товаров.
2. Основные компоненты торговой марки: марочное название, марочный знак, товарный знак.
3. Глобальные, национальные, региональные, локальные марки товара.

4. Понятие бренда. Соотношение понятий торговая марка и бренд. Персоны - бренды, товары-бренды, компании-бренды, регионы-бренды, государство-бренд. Параметры архитектуры бренда (брендинг). Стоимость бренда. Аудит бренда.

Задания для самостоятельной работы

Задание 1. Прочитайте историю каждого бренда и ответьте на вопросы.

MCDONALD'S

Братья Мак и Дик МакДональды стали пионерами фаст-фуда, открыв первый ресторан с системой самообслуживания в декабре 1948 г. Вполне вероятно, что их бизнес так и остался бы проектом масштаба штата Калифорния, если бы не прыткий поставщик миксеров для коктейлей по имени Рей Крок, который, кстати, на момент знакомства с МакДональдами находился на грани банкротства. Именно он поверил в будущее компании и запустил продажу франшиз, а в 1961 выкупил бизнес у братьев за 2,7 млн долл. Компания была создана им в 1955 г., а уже в 1965 г. управляла более 700 ресторанами в США. Первый зарубежный «Макдональдс» открылся в Канаде в 1967 г., после чего корпорация гамбургеров начала победное шествие по планете. В России открытие первого «Макдональдса» состоялось 31 января 1990 г. и вызвало невероятный ажиотаж: в очередь за заморскими чизбургерами, невзирая на мороз, выстроились аж 30 тыс. человек. Кстати, уважая местные традиции разных стран, компания адаптирует меню и оформление блюд: так, в меню ресторанов Индии отсутствует Биг Мак, зато есть Махараджа Мак, изготовленный из мяса барашка. Всего у «Макдональдс» более 35 тыс. ресторанов в мире, и, невзирая на скандалы и судебные разбирательства (стоит вспомнить хотя бы историю с нашумевшим документальным фильмом «Двойная порция», а также недавний суд, выигранный Джейми Оливером), компания сохраняет свою невероятную популярность: ежедневно ее клиентами становятся более 70 млн человек.

Вопросы.

1. Определите ценности каждого бренда и эмоциональный образ.
2. Что такое позиционирование?
В чем заключаются особенности продвижения?

Самостоятельная работа

ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА

Практическое занятие № 1

Производство и производственные системы. Цикл производственного менеджмента. Планирование

10. Планирование и контроль текущего функционирования системы входят в обязанности:
- а) производственных менеджеров;
 - б) менеджеров высшего звена;
 - в) менеджеров низшего звена.
11. К какой подсистеме можно отнести механический цех машиностроительного завода?
- а) перерабатывающей;
 - б) обеспечения.
12. К какой из подсистем следует отнести научно-техническую библиотеку машиностроительного завода?
- а) перерабатывающей;
 - б) обеспечения.
13. К какой подсистеме следует отнести контроль качества?
- а) перерабатывающей;
 - б) подсистеме планирования и контроля;
 - в) обеспечивающей.
14. Верно ли утверждение, что цикл производственного менеджмента начинается с планирования?
- а) да; б) нет. Поясните Вашу позицию.
15. Должны ли среднесрочные и оперативные планы подчиняться стратегическим целям?
- а) Да; б) нет. Поясните Вашу позицию.

16. Вы согласны с утверждением, что в современном менеджменте стратегическое планирование занимает центральное место?
- а) Да; б) нет. Поясните Вашу позицию.
17. Сколько уровней стратегического планирования выделено в менеджменте?
- а) Два; б) три; в) четыре.
18. Есть ли различия между стратегическими планами и функциональной стратегией?
- а) Да; б) нет. Поясните Вашу позицию.
19. Какая из перечисленных ниже стратегий направлена на снижение затрат:
- а) Стратегия фокусирования.
б) Стратегия дифференциации
в) Иная (поясните, какая).
20. Есть ли различия между стратегией дифференциации и фокусирования?
- а) Да; б) нет. Поясните Вашу позицию.
21. Вы согласны с утверждением, что основная стратегическая идея фокусирования- концентрация на том, что лучше получается?
- а) Да; б) нет. Поясните Вашу позицию.
22. Может ли быть реализована производственная стратегия без плана рекламы?
- а) Да; б) нет. Поясните Вашу позицию.
23. Окончательный план сбыта уточняется:
- а) после разработки плана реализации;
б) до разработки плана реализации.
24. Должны ли быть увязаны структурные решения по вертикальной интеграции, производственным мощностям, масштабу и ориентации производства;
- а) Да; б) нет. Поясните Вашу позицию.
25. Информация о динамике общего спроса на сопоставимые на рынке товары и услуги нужна для:
- а) перехода на производство взаимозаменяемых товаров;
б) для планирования затрат.
26. Влияет ли на структуру организации тип потребителя?
- а) Да; б) нет. Поясните Вашу позицию.
27. Есть ли различия между структурой организации и временными (проектными) структурами?
- а) Да; б) нет. Поясните Вашу позицию.
28. Вы согласны с утверждением, что в структуре организации необходимо вносить изменения?
- а) Да; б) нет. Поясните Вашу позицию.
29. Вы согласны с утверждением, что важнейшей составляющей фазы "определение условий и организация является оценка собственной позиции на рынке?"
- а) Да; б) нет. Поясните Вашу позицию.
30. Применимы ли в производственном менеджменте классические теории в области руководства?
- а) Да; б) нет.
31. Если ответ на п.17 положителен, приведите примеры использования различных теорий в области руководства в производственном менеджменте.
32. Существуют ли требования к формулировке цели?
- а) Да; б) нет. Поясните Вашу позицию.
33. Должна ли быть обратная связь между руководителем и подчиненными?
- а) Да, б) нет. Поясните Вашу позицию.

Практическое занятие № 2

Организация и управление производственным процессом

1. Технологический процесс это:

- а) процесс, в результате которого изменяется форма, размеры, свойства изделия;
б) процесс, который не приводит к изменению формы, размеров, и свойств изделия;
в) законченная часть технологического перехода;

г) нет правильного ответа.

2. Процесс труда, в результате которого никакой продукции не создается, это:

- а) вспомогательный ПП;
- б) основной ПП;
- в) обслуживающий ПП;
- г) нет правильного ответа

3. Нетехнический процесс, это:

- а) процесс, который приводит к изменению формы, размеров и свойств изделия;
- б) комплекс полезных действий по реализации готовой продукции;
- в) процесс, который не приводит к изменению форм, размеров и свойств изделия;
- г) нет правильного ответа.

4. Изделие, это:

- а) законченная часть ТП, выполняемая на одном рабочем месте;
- б) любой предмет труда, подлежащий изготовлению на производстве;
- в) основная структурная единица ПП;
- г) нет правильного ответа.

5. Длительность производственного цикла определяется по формуле:

- а) $T_{ц} = T_{осн} + T_{обс} + T_{пер}$
- б) $T_{ц} = T_{осн} + T_{всп} + T_{шт.к}$
- в) $T_{п} = T_{обс} + T_{пз}$
- г) нет правильного ответа.

6. Пропорциональность, это:

- а) соблюдение определяемых пропорций между основными, вспомогательными и обслуживающими процессами;
- б) периодически планомерно повторяющийся ПП;
- в) согласованность между собой сроков начала и окончания работ на смежных участках;
- г) нет правильного ответа.

7. Одновременное выполнение во времени разных частей единого сложного ПП, это:

- 1. Параллельность.
- 2. Согласованность.
- 3. Пропорциональность.
- 4. Нет правильного ответа

8. Производственный процесс, это:

- 1. Совокупность взаимосвязанных процессов труда в результате которого исходные материалы превращаются в готовые изделия.
- 2. Часть ТП заключающая в себе работы по изменению состояния изделия.
- 3. Комплекс полезных действий по производству и реализации готовых изделий.
- 4. Нет правильного ответа.

9. Создает условия для равномерного выпуска продукции в течении всего планового периода:

- 1. Ритмичность.
- 2. Параллельность.
- 3. Пропорциональность.
- 4. Нет правильного ответа.

10. Новая техника в процессе создания проходит следующие этапы:

- а) Научное исследование, техническую разработку, материальное освоение.
- б) Научное исследование, проектно-техническую разработку, производственное освоение.
- в) Научное исследование, проектно-техническую разработку, организационную подготовку.
- г) Нет правильного ответа.

11. Разработка технологического процесса производится:

- а) После отработки конструкции на технологичность.
- б) До отработки ----//----.
- в) Нет правильного ответа.

12. Степень детализации конструкции зависит от:

- а) Типа детали.
- б) Типа производства.
- в) Нет правильного ответа.

13. Коэффициент полезного использования материала считают по формуле:

- а) $K_{им} = M_z / M_d$
- б) $K_{им} = M_d / M_z * 100$
- в) $K_{им} = M_d / M_o$
- г) Нет правильного ответа.

14. Отладка техпроцессов в целом и конструкторской документации завершает:

- а) Конструкторскую подготовку.
- б) Технологическую подготовку.
- в) Техническую подготовку.
- г) Нет правильного ответа.

15. Начальным этапом проектирования изделия является разработка:

- а) Технического задания.
- б) Эскизного проекта.
- в) Технического проекта.
- г) Нет правильного ответа.

16. Показатели производственной технологичности могут быть:

- а) Прямыми и косвенными.
- б) Абсолютными и относительными.
- в) Нет правильного ответа.

17. Процесс экспериментирования применяется при:

- а) Массовом производстве.
- б) Серийном производстве.
- в) Единичном производстве.
- г) Массовом и серийном производстве.
- д) Нет правильного ответа.

18. Затраты зависящие от метода обработки, называются:

- а) Технологической себестоимостью.
- б) Плановой себестоимостью.
- в) Нет правильного ответа.

19. Назначение изделия, область применения, эксплуатационные, технические и экономические требования определяет:

- а) Техническое задание.
- б) Технический проект.
- в) Эскизный проект.
- г) Нет правильного ответа.

20. Общий вид изделия, его основная идея определяет:

- а) Техническое задание.
- б) Технический проект.
- в) Эскизный проект.
- г) Рабочий проект.
- д) Нет правильного ответа.

21. Расчет геометрических форм и размеров деталей, выбор материалов и заготовок определяется при составлении:

- а) Технического задания.
- б) Технического проекта.
- в) Эскизного проекта.
- г) Нет правильного ответа.

Задача : Определите критическую программу и установите, при каком количестве деталей в год целесообразно их обрабатывать на четырехшпиндельном автомате вместо револьверного станка при следующих данных:

Затраты	При обработке	
	На револьверном станке	На четырехшпиндельном станке
Заработная плата станочника, коп./шт.	26,0	8,0
Стоимость эксплуатации, коп./шт.		
Станка	6	10
Инструмента	4	4
Амортизация станка, коп./шт.	6	12
Стоимость наладки эксплуатации оснастки, руб./год	29	64

Практическое занятие № 3 Производственная программа и обеспечение ее выполнения Анализ в маркетинге

Задачи:

Задача 1: В цехе завода три группы станков: шлифовальные – 15 шт., строгальные – 20 шт., револьверные – 25 шт. Норма времени на обработку единицы продукции в каждой группе станков соответственно: 1,5ч, 1,5ч, 2,5ч. Определите производственную мощность цеха, если известно, что режим – 2 смены, продолжительность смены – 8ч, регламентированные простои оборудования составляют 7% от режимного фонда времени, чисто рабочих дней в году – 230..

Задача 2: Завод работает в 2 смены, количество станков на начало года составляло 380 шт. С 01.05 установлено 50 станков, а с 01.07 выбыло 40 станков. Число рабочих дней в году – 255, плановый процент простоев на ремонт – 7%, производительность одного станка – 7дет. в час, план выпуска продукции – 9500 тыс. дет. Определить производственную мощность завода.

Задача 3: Мощность цеха №1, выпускающего станки – 4500 станков. Для работы цех использует литье, которое выпускает цех № 2. Мощность литейного цеха – 3900т литья. Удельный расход литья на один станок – 2,6т. Определить коэффициент сопряженности мощностей.

Задача 4: В течение дня в цехе работали 100 станков, из них в одну смену – 20; в две смены – 44; в три смены – 36. Определить коэффициент сменности.

Практическое занятие № 4 Организация, производительность и оплата труда

Задача:

За два периода имеются данные о выпуске продукции и затратах времени на ее производство.

Показатель	Условное обозначение	Предыдущий период	Отчетный период
1. Произведено изделий, шт.	q	3000	3500
2. Отработано, чел.-ч.	T	600	550
3. Средняя выработка продукции на один чел.-ч.	W		
4. Трудоемкость единицы продукции, час. на шт.	t		

Заполнить таблицу, сравнить уровни выработки и трудоемкости за представленные периоды. Сделать соответствующие выводы.

Практическое занятие № 5 Основы управления качеством

1. Должны ли в системе качества взаимодействовать заказчик (потребитель) и поставщик (изготовитель)?

- а) да;
- б) нет.

2. Есть ли различие между ИСО 9003 и ИСО 9004?
- а) да;
б) нет.
3. Имеет ли значение для заключения на поставку продукции наличие у поставщика системы качества?
- а) да;
б) нет. Объясните Вашу позицию
4. Какая из фаз СФК является заключительной?
- а) структурирование проекта;
б) планирование технологического процесса;
в) планирование производства.
5. Какая международная организация содействует международному сотрудничеству в вопросах стандартизации в области радиоэлектроники?
- а) ИСО,
б) МЭК,
в) другая организация.
6. Какие из перечисленных условий необходимы для подготовки систем качества к сертификации:
- а) соблюдение требований к упаковке, маркировке;
б) общетехнические правила и нормы;
в) наличие испытательных лабораторий.
7. На какой из перечисленных ниже стадий рассматриваются концепции разработки изделия?
- а) планирование разработки изделия;
б) структурирование проекта;
в) планирование производства.
8. Общая система управления качества может иметь подсистемы по отдельным видам продукции.
- а) да;
б) нет.
9. Политика предприятия в области качества формируется руководством:
- а) высшего звена;
б) среднего звена;
в) низового звена.
10. При подготовке системы качества к сертификации требуется применение статистических методов контроля процессов.?
- а) да;
б) нет.
11. Применяется ли СФК на российских предприятиях?
- а) да;
б) нет.
12. Сертификация системы качества заключается в:
- а) проведении текущего контроля качества;
б) получении отзыва потребителя о продукции;
в) подтверждении соответствия системы качества определенным требованиям.
13. Система качества, обеспечивающая политику предприятия, включает проектирование и разработку продукции?
- а) да;
б) нет.
14. Текущее управление качеством связано с контролем технологических процессов?
- а) да;
б) нет.
15. Целесообразно ли получение информации от потребителя для управления качеством:

- а) да;
- б) нет.

16. Что из перечисленного ниже является основным видом деятельности Международной организации по стандартизации?

- а) разработка международных стандартов;
- б) содействие международному сотрудничеству в решении вопросов стандартизации электротехники.

17. Является ли перспективным для решения проблемы качества метод Структурирования Функции Качества (СФК)?

- а) да;
- б) нет.

Практическое занятие № 6

Основы логистики

Задачи:

Задача 1: Фирма в течение года сбывает равномерно в общей сложности 1200шт. изделий. Издержки хранения составляют 1,0руб./шт. в единицу времени (за месяц), издержки заказа составляют 200руб./заказ. Определить оптимальный объем пополнения заказа (величина заказа).

Задача 2: В течение месяца компании требуется два вида бытовой техники для организации продаж. В течение данного периода времени по каждому виду необходимо определить:

- 1) оптимальное количество закупаемой бытовой техники;
- 2) оптимальное число заказов;
- 3) оптимальные переменные издержки за хранение запасов;
- 4) разницу между переменными издержками по оптимальному варианту и случаем, когда покупка всей партии проводится в первый день месяца.

Исходные данные:

- потребность в бытовой технике в течение месяца (шт.) а) 9 и б) 82;
- стоимость заказа партии товара (руб.) а) 19 и б) 11;

Задача 3: В консультационную компанию фирма с вопросом определить, где выгоднее закупать комплектующие – в Европе или в Азии.

Исходные данные:

- удельная стоимость поставляемого груза – 3000у.е.;
- транспортный тариф – 105 у.е./куб.;
- импортная пошлина на товар из Азии – 12%;
- ставка на запасы в пути 1,5%, на страховые 0,8%;
- стоимость товара в Европе 108у.е., в Азии 89у.е.

Необходимо определить оптимальный вариант.

Практическое занятие № 7

Система складирования и складская переработка продукции

Задачи:

Задача 1: Допустим, что списочный состав погрузочно-разгрузочных механизмов на предприятии оптовой торговли составляет $N_2 = 20$ единиц, ежедневно в эксплуатации находится $N_1 = 15$ единиц. Время работы механизма $T_{см} = 8ч.$ необходимо определить коэффициент экстенсивной загрузки $K_{эк}$ механизмов при следующих условиях:

1. При существующих показателях;
2. При увеличении числа выпуска погрузочно-разгрузочных механизмов в эксплуатацию на 20%;
3. В случае увеличения времени работы механизма на 100%;
4. При увеличении выпуска погрузочно-разгрузочных механизмов в эксплуатацию на 20% и увеличении времени работы механизма на 100%.

Задача 2: Интенсивное использование техники на базах и складах снабжения и сбыта в течение работы механизмов в течение смены $T_{\phi} = 8$ ч. Грузоподъемность используемого автопогрузчика $U_{\phi} = 5$ т. Определите коэффициент интенсивной загрузки, если коэффициент использования грузоподъемности в первом случае будет равен 0,5, а время одного цикла – 240сек, а во втором и третьем соответственно 1,0 и 120сек. Расчетное число циклов работы механизмов в трех случаях $K^p_{ц} = 36$. Время полезной работы машин составляло 6ч. для первого и второго случая и 7ч. – для третьего.

Задача 3: Имеются следующие данные: грузоподъемность механизма – 5т., количество циклов – 10, коэффициент использования машин по грузоподъемности – 0,8, суточный грузооборот – 640т, количество часов работы ПТО за сутки – 8ч. По этим данным определить количество ПТО.

Практическое занятие № 8 Экономические и производственные риски

Задача:

Организации ставит своей стратегической целью на ближайший период увеличение размера прибыли не менее чем в 2 раза. Руководители 3 различных подразделений предложили свои стратегические решения:

- Маркетинговая служба – увеличение объема продаж на 50%;
- Финансовая служба – уменьшение операционных расходов на 50%;
- Производственный отдел – уменьшение производственных затрат на 25%.

Текущее состояние организации:

1. объем продаж – 100000 у.е.
2. затраты на производство – 80000 у.е.
3. валовая прибыль
4. операционные расходы – 6000 у.е.
5. прибыль до уплаты налогов
6. налог – 25%
7. чистая прибыль

Необходимо определить наиболее выгодную для организации стратегию достижения поставленной цели.

PRODUCT-МЕНЕДЖМЕНТ

Практическое занятие 1. Товар как маркетинговая категория

Задание 1. Заполните таблицу в категориях товаров в разных странах.

Страна/товар			

Задание 2. Изобразите схематически структуру жизненный цикл товара взаимосвязь его стадий.

Практическое занятие 2. Коммерческие характеристики товара и модели их исполнения

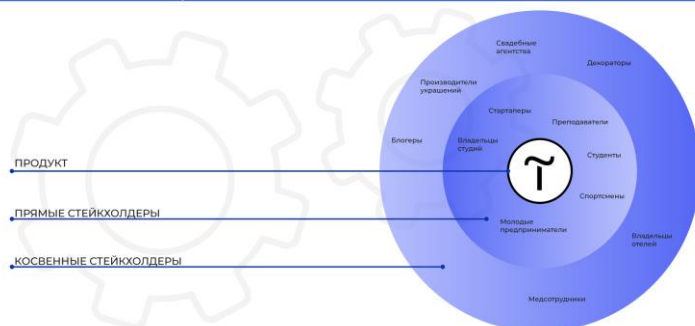
Задание 1. Составить неатрибутивную модель восприятия следующих категорий товаров и услуг: фастфудов, элитных ресторанов, шоколада, соков, кофе, колбасных изделий и т.д.

Задание 3. Выбрать один бренд любой категории товаров и услуг. Построить атрибутивную модель восприятия.

Практическое занятие 3. Дизайн-мышление в создании инновационных продуктов (товаров)

Задание 1. Выберите 3-5 продуктов и составьте для них портрет скейкхолдера по следующей схеме.

КАРТА СТЕЙКХОЛДЕРОВ НА ПРИМЕРЕ АНАЛИЗА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СЕРВИСА TILDA (КОНСТРУКТОР САЙТОВ)



Задание 2. Используя инструмент «Исследование аналогов» придумайте 1-2 аналога продукта.

Суть: Поиск аналогов вашего сервиса или продукта в других отраслях.

Как делать. Детально опишите ваш продукт или сервис, пути взаимодействия с ним пользователя. Поищите аналоги схожих моделей в других отраслях. Применяйте инструменты исследований: интервью, «тапки», наблюдение.

Выберете идеи, которые могут быть использованы для вашего продукта или услуги. Ответ представьте в виде презентации.

Практическое занятие 4. Стратегия и управление процессом создания нового продукта (товара)

Задание . Разработайте товар-новинку поэтапно.

Этапы разработки нового продукта

Разработка нового продукта – это разработка оригинальных продуктов, улучшение продуктов и их модернизация, создание новых марок продуктов путем проведения организацией своих собственных НИОКР.

Процесс разработки нового продукта состоит из восьми этапов:

- генерация идей;
- отбор идей;
- разработка концепции и ее проверка;
- разработка маркетинговой стратегии;
- анализ бизнеса;
- разработка непосредственно продукта;
- пробный маркетинг;
- коммерческое производство.

Генерация идей – систематический поиск идей о новых продуктах. Поиск новых идей осуществляется главным образом на основе внутренних источников организации (в отделе новой техники, в службе НИОКР, в отделе маркетинга и сбыта и т. п.), изучения мнений потребителей, конкурентов, поставщиков и дистрибьюторов, консультационных организаций, работы выставок и различных печатных изданий, путем использования специальных методов генерации идей.

Отбор идей – анализ всех выдвинутых идей о новом продукте с целью отсеивания неперспективных на наиболее ранней стадии разработки. В результате отбираются идеи о возможном продукте, который организация может предложить рынку.

Разработка концепции и ее проверка – идея о новом продукте трансформируется в концепцию продукта, которая испытывается на группе целевых потребителей для определения степени ее привлекательности. Концепция может быть представлена потребителям словесно или в виде иллюстраций. Разработка маркетинговой стратегии – определение маркетинговой стратегии выхода на рынок с новым продуктом. Здесь рассматриваются следующие вопросы. Прежде всего описываются размер, структура и характер целевого рынка, осуществляется

позиционирование нового продукта. Далее даются оценки объему продаж, рыночной доле, цене, прибыли, осуществляется выбор каналов сбыта. Безусловно, что в большинстве случаев такие прогнозные оценки носят весьма ориентировочный характер.

Анализ бизнеса – оценка для нового продукта предполагаемых величин объема продаж, издержек и прибыли на предмет их соответствия целям организации. Другими словами, речь идет об оценке привлекательности для компании данного нового продукта.

Разработка продукта – более широкое понятие по сравнению с НИОКР, представляет трансформацию концепции нового продукта в материальный продукт, имеющий законченный товарный вид, т. е. она включает также маркетинговую разработку продукта.

Ответ представьте в виде презентации.

Практическое занятие 5. Инструменты для управления индивидуальным товаром

Задание 1. Опишите факторы успеха и неудачи новых товаров. Ответ представьте в виде таблицы.

товар/факторы	успеха	неудачи

Задание 2. Проведите краткий маркетинговый анализ рынка, на который вы планируете выводить вашу технологию или ваш продукт. Опишите факторы макро- и микросреды, влияющие на ваш рынок, выберите метод исследования этого рынка и оцените размер целевого сегмента. Ответ представьте в виде презентации.

Практическое занятие 6. Инструменты для управления марочным продуктом

Вопросы для обсуждения

Задание . Прочитайте историю каждого бренда и ответьте на вопросы.

DELL

Майкл Делл не блистал способностями в школе, зато уже в 12 лет продемонстрировал незаурядный талант предпринимателя, заработав 2 тыс. долл. благодаря распространению подписки на журнал. Нехитрое ремесло открыло для юного бизнесмена технику прямых продаж: Делл узнавал имена новоселов-молодоженов, отправляя им поздравительные открытки с предложением на двухнедельную бесплатную подписку. Поразительно, но впоследствии именно эта технология прямых продаж стала фирменным ноу-хау бизнес-империи Dell – разработчика, производителя и продавца компьютеров, серверов и программного обеспечения. Компания (которую Делл основал в 19 лет, имея в кармане 1 тыс. долл.) впервые в своей отрасли отказалась от работы с посредниками, исключив из бизнес-цепочки склады: компьютеры здесь собирают только по заказу от клиента и поставляют непосредственно покупателю, предлагая в качестве бонуса постоянное сервисное сопровождение, минимальные цены и многочисленные подарки-бонусы. Именно компания Dell впервые в своей отрасли решила на продажи компьютеров через Интернет. Неудивительно, что при таком смелом новаторском подходе и исключительном внимании к клиенту корпорация в 2005 г. возглавила список «Компаний, вызывающих восхищение» в журнале Fortune.

INDITEX

Inditex – испанская компания, объединяющая в себе бренды Zara, Oysho, Massimo Dutti, Bershka, Pull and Bear, Stradivarius – и это далеко не весь список. История корпорации началась в 70-е гг., когда испанский предприниматель Амансио Ортега решил открыть магазин недорогой, но модной одежды и назвал его Zara. Бизнес оказался успешным, Ортега продолжил открывать все новые и новые магазины, которые в 1985 г. и сформировали холдинг Inditex. Дальше – больше: в рамках корпорации рождались новые бренды, каждый со своим стилем и целевой аудиторией, затем появились магазины текстиля, аксессуаров, обуви. Благодаря разнообразию брендов и умению моментально реагировать на динамику спроса «Индитекс» превратилась в настоящую бизнес-империю, демонстрируя фантастические темпы роста. На сегодняшний день компания владеет более 5 тыс. торговых точек на всех 5 континентах и на достигнутом останавливаться не планирует.

Вопросы.

3. Определите ценности каждого бренда и эмоциональный образ.
4. Что такое позиционирование?
В чем заключаются особенности продвижения?

Темы рефератов **ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА**

1. Системный подход к управлению.
2. Проектирование структуры организации.
3. Структура и содержание систем управления организацией.
4. Формирование производственных программ.
5. Маркетинговая деятельность предприятия.
6. Планирование производства.
7. Экономическое обоснование управленческих решений в области организации производства.
8. Основы организации труда.
9. Оперативное управление производством.
10. Основы организации инновационной деятельности.
11. Производственный процесс и принципы его организации.
12. Организация основных производственных процессов.
13. Организация транспортного и складского хозяйств предприятия.
14. Организация инструментального хозяйства предприятия.
15. Организация ремонтного хозяйства предприятия.
16. Организация НИОКР.
17. Организация конструкторской подготовки производства.
18. Организация технологической подготовки производства.
19. Управление ресурсосбережением.
20. Логистика запасов.
21. Логистика складирования.
22. Финансовый менеджмент.
23. Основы тактического маркетинга.
24. Организация управления производством.
25. Развитие управления производством.
26. Производство – основное звено промышленной организации.
27. Организационно-методические основы сертификации продукции.
28. Организационно-методические основы метрологии.
29. Экономический и производственный риски.
30. Организация непоточных методов производства.
31. Организация поточных методов производства.
32. Качество продукции как экономическая категория и объект управления.
33. Организация автоматизированного производства.

Вопросы для самоконтроля

ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА

1. Значение производства.
2. Краткая история исследований производства.
3. Производство и производственные системы.
4. Планирование как составляющая производственного менеджмента.
5. Определение условий, организация, исполнение.
6. Понятие о производственном процессе.
7. Классификация производственных процессов.
8. Принципы организации производства. Пропорциональность в организации производства.

9. Принципы организации производства. Принцип параллельности.
10. Принципы организации производства. Непрерывность производства.
11. Принципы организации производства. Принцип ритмичности.
12. Производственный цикл.
13. Типы производства.
14. Массовое производство.
15. Серийное производство.
16. Единичное производство.
17. Влияние типа производства на организационную структуру управления.
18. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Содержание, задачи, основные этапы и системы управления технологической подготовкой производства.
19. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Обеспечение технологичности конструкции изделий.
20. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Разработка технологических процессов.
21. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Единичный технологический процесс.
22. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Типовой технологический процесс.
23. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Групповой технологический процесс.
24. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Разработка, приемка и передача в производство новых технологических процессов в соответствии с требованиями стандартов ИСО серии 9000.
25. Основные разделы и технико-экономические показатели производственной программы.
26. Производственная мощность. Расчеты производственных мощностей. Значение резервных мощностей.
27. Определение потребности в трудовых, материальных и финансовых ресурсах для выполнения производственной программы.
28. Контроль за выполнением производственной программы.
29. Понятие и значение научной организации труда.
30. Организация и обслуживание рабочих мест.
31. Производительность и оплата труда.
32. Значение стандартизации и сертификации.
33. Система качества.
34. Структурирование функции качества.
35. Текущее управление качеством.
36. Статистический приемочный контроль по альтернативному признаку. Стандарты статистического контроля.
37. Понятие логистики.
38. Логистика производственных процессов.
39. Логистика запасов.
40. Использование технологии штриховых кодов.
41. Характеристика систем складирования и размещения запасов.
42. Оборудование для хранения материалов и определение его количества.
43. Подъемно-транспортное оборудование и определение его потребности.
44. Организация транспортно-складского материалопотока.
45. Стратегии обеспечения материальными ресурсами различных предприятий.
46. Расчет некоторых показателей работы склада.
47. Понятие экономического и производственного рисков.
48. Классификация экономических рисков.
49. Факторы риска невостребованности продукции.

PRODUCT-МЕНЕДЖМЕНТ

1. Товар как экономическая и маркетинговая категория.
2. Маркетинговая классификация товаров и ее цели
3. Классификация товаров потребительского назначения
4. Классификация товаров производственно-технического назначения.
5. Классификация услуг.
6. Классификация взаимосвязей товаров..
7. Понятие коммерческих и некоммерческих характеристик товара.
8. Многоуровневая модель исполнения характеристик товара..
9. Мультиатрибутивная модель исполнения характеристик товара.
10. Латеральная модель исполнения характеристик товара.
11. Эмпирическая модель исполнения характеристик товара.
12. Блочные модели исполнения товара.
13. Понятие и критерии классификации новых товаров.
14. Алгоритм разработки новых товаров.
15. Коммерциализация новых товаров.
16. Модификация существующих товаров.
17. Факторы и оценочные критерии конкурентоспособности товаров.
18. Аналитические методы оценки конкурентоспособности товаров.
19. Графические методы оценки конкурентоспособности товаров.
20. Матричные методы оценки конкурентоспособности товаров.
21. Понятие и виды ЖЦТ.
22. Модель ЖЦТ .Стратегические следствия и ограничения модели.
23. Понятие и порядок разработки стратегии позиционирования товаров на рынке.
24. Построение карты восприятия и оценка позиции торговых марок по картам восприятия.
25. Понятие и основные компоненты торговой марки. Параметры архитектуры марки товара.
26. Маркетинговые решения относительно марочных продуктов.
27. Понятие и принципы формирования ассортимента товаров.
28. Оперативное управление ассортиментом товаров.
29. Маркетинговые стратегии относительно промышленного ассортимента товаров.
30. Маркетинговые стратегии относительно торгового ассортимента товаров.
31. Диверсификация товаров (конгломерантные стратегии управления ассортиментом товаров).
32. Методы анализа продуктового портфеля компании.

6. Критерии оценивания результатов освоения дисциплины

6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации

5 семестр

1. Требования к реферату и критерии оценки

1. В качестве темы реферата студент по своему усмотрению выбирает одну из предложенных в перечне тем или совместно с преподавателем формулирует свою, но соответствующую программному материалу курса.

2. Структура реферата должна включать титульный лист (на титульном листе студент указывает название вуза, кафедры, полное наименование темы реферата, свою фамилию и инициалы, а также ученую степень, звание, фамилию и инициалы научного руководителя, год написания работы); содержание; введение, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы; основную часть, содержащую суть

проблемы и пути ее решения; заключение, где формулируются выводы и предложения; библиографический список.

3. Реферат выполняется студентом самостоятельно. Изложение материала должно быть кратким, точным, последовательным. Необходимо употреблять термины, свойственные данной науке, избегать непривычных понятий и символов, сложных грамматических оборотов. Термины, отдельные слова и словосочетания допускается заменять принятыми текстовыми сокращениями, смысл которых ясен из контекста. Рекомендуется включать в реферат схемы и таблицы, если они помогают раскрыть основное содержание проблемы и сокращают объем реферата. Приводимые в тексте цитаты должны быть точными, их необходимо давать в кавычках с обязательным указанием источника (автора, названия работы, издательства, года издания и номера страницы).

4. Объем реферата – от 5 до 10 страниц печатного текста. Требования к оформлению: шрифт Times New Roman, размер шрифта – 14, интервал – полуторный; поля: верхнее и нижнее – 2, правое – 3, левое – 1 или 1,5; сноски подстрочные. Страницы должны быть пронумерованы.

5. Реферат оценивается преподавателем по шкале «зачтено / не зачтено» в 3 семестре, по пятибалльной шкале в 4 семестре. При получении отрицательной оценки работа отдается студенту на доработку и с учетом замечаний возвращается для повторной проверки.

Критерии оценивания рефератов:

Оценка «зачтено»: работа студента в целом написана грамотным научным языком, имеет четкую структуру и логику изложения, точка зрения студента обоснованна, в работе присутствуют ссылки на нормативно-правовые акты, примеры, мнения известных учёных в данной области. Студент в реферате демонстрирует способность анализировать материал.

Оценка «не зачтено»: выставляется, если студент не выполнил задание, или выполнил его формально, ответил на заданный вопрос, при этом не ссылаясь на мнения учёных, не трактовал нормативно-правовые акты, не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, то есть в целом цель реферата не достигнута.

6 семестр

1. Требования к устному ответу на вопросы семинарского (практического) занятия

Ответы студенты должны иллюстрировать конкретными примерами, опираться на нормативно-правовую базу, проследить связи между теоретическими и практическими положениями учебной дисциплины, применять теоретические знания к решению вопросов.

Устный ответ предполагает:

- грамотность устной речи;
- уверенность устной речи;
- убедительность устной речи;
- ясность, точность;
- строгая последовательность, иллюстрация.

Критерии оценки устного ответа

При оценке ответа учитывается:

- полнота и правильность ответа;
- степень осознанности и понимания изученного;
- уровень оформления ответа.

«Отлично» ставится, если студент:	- обстоятельно и достаточно полно излагает материал; - обнаруживает полное понимание материала, может обосновать свои суждения, привести примеры; - строит ответ последовательно.
«Хорошо» ставится, если студент	- допускает единичные ошибки, но

обнаруживает знание и понимание материала, однако:	исправляет их самостоятельно после замечаний преподавателя; - не всегда может убедительно обосновать свое суждение; - допускает отдельные погрешности.
«Удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных теоретических положений темы, но:	-излагает материал недостаточно полно; - не может обосновать свои суждения и привести необходимые примеры; нарушает последовательность в изложении материала.
«Неудовлетворительно» ставится, если студент:	- обнаружил незнание большей части темы (раздела, вопроса); - при ответе на вопрос искажает его смысл; - излагает материал беспорядочно и неуверенно.

Оценка может быть поставлена студенту как за единовременный ответ, так и за ответ, рассредоточенный во времени, т.е. за сумму ответов, данных в процессе занятий.

Например:

Подготовка устного ответа на вопросы:

1. Понятие и критерии классификации новых товаров: Процесс разработки нового товара.
2. Методы генерирования идей нового товара.
3. Разработка «жестких» и «мягких» характеристик товара.
4. Коммерциализация нового товара.

3. Требования по подготовке задания в форме презентации

Создание материалов-презентаций – это вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.

Этот вид работы требует координации навыков студента по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде. То есть создание материалов-презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации, формирует у студентов навыки работы на компьютере.

Презентации готовятся студентом в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint.

Роль студента:

- изучить материалы темы, выделяя главное и второстепенное;
- установить логическую связь между элементами темы;
- представить характеристику элементов в краткой форме;
- выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы;
- оформить работу и предоставить к установленному сроку.

Не рекомендуется:

- перегружать слайд текстовой информацией;
- использовать блоки сплошного текста;
- использовать переносы слов;
- текст слайда не должен повторять текст, который выступающий произносит вслух (зрители прочитают его быстрее, чем расскажет выступающий, и потеряют интерес к его словам).

Рекомендуется:

- сжатость и краткость изложения, максимальная информативность текста: короткие тезисы, даты, имена, термины — главные моменты опорного конспекта;

- использование коротких слов и предложений, минимум предлогов, наречий, прилагательных;
- использование табличного (матричного) формата предъявления материала, который позволяет представить материал в компактной форме и наглядно показать связи между различными понятиями;
- тщательное выравнивание текста, буквиц, маркеров списков;
- каждому положению, идее должен быть отведен отдельный абзац текста;
- идеально, если на слайде только заголовок, изображение (фотография, рисунок, диаграмма, схема, таблица и т.п.) и подпись к ней.

Критерии и показатели оценки:

- соответствие содержания теме;
- правильная структурированность информации;
- наличие логической связи изложенной информации;
- эстетичность оформления, его соответствие требованиям;
- работа представлена в срок.

«Зачтено» («отлично», «хорошо», «удовлетворительно») – от 65 до 100% правильно выполненного задания;

«Не зачтено» («неудовлетворительно») – менее 65% правильно выполненного задания.

Например:

Задания для самостоятельной работы в виде презентации:

Проведите краткий маркетинговый анализ рынка, на который вы планируете выводить вашу технологию или ваш продукт. Опишите факторы макро- и микросреды, влияющие на ваш рынок, выберите метод исследования этого рынка и оцените размер целевого сегмента. Ответ представьте в виде презентации.

5. Требования к выполнению заданий в виде таблиц и критерии их оценки

Это вид самостоятельной работы студента по систематизации объемной информации, которая сводится (обобщается) в рамки таблицы.

Формирование структуры таблицы отражает склонность студента к систематизации материала и развивает его умения по структурированию информации. Краткость изложения информации характеризует способность к ее свертыванию. Таблицы создаются как помощь в изучении большого объема информации, желая придать ему оптимальную форму для запоминания. Задание носит обязательный характер, а его качество оценивается по качеству знаний в процессе контроля. Оформляется письменно.

Роль студента:

- изучить информацию по теме;
- информацию представить в сжатом виде и заполнить ею основные графы таблицы;
- пользуясь готовой таблицей, эффективно подготовиться к контролю по заданной теме.

Критерии и показатели оценки:

- соответствие содержания теме;
- правильный отбор информации;
- наличие обобщающего (систематизирующего, структурирующего, сравнительного) характера изложения информации;
- грамотные и адекватные примеры, иллюстрирующие основной материал (при необходимости);
- соответствие оформления требованиям;
- работа сдана в срок.

«Зачтено» («отлично», «хорошо», «удовлетворительно») – от 65 до 100% правильно выполненного задания;

«Не зачтено» («неудовлетворительно») – менее 65% правильно выполненного задания.

Например:

Опишите факторы успеха и неудачи новых товаров. Ответ представьте в виде таблицы.

товар/факторы	успеха	неудачи

6.2. Оценочные средства и критерии оценивания для промежуточной аттестации

5 семестр

1. Вопросы для самоконтроля

1. Значение производства.
2. Краткая история исследований производства.
3. Производство и производственные системы.
4. Планирование как составляющая производственного менеджмента.
5. Определение условий, организация, исполнение.
6. Понятие о производственном процессе.
7. Классификация производственных процессов.
8. Принципы организации производства. Пропорциональность в организации производства.
9. Принципы организации производства. Принцип параллельности.
10. Принципы организации производства. Непрерывность производства.
11. Принципы организации производства. Принцип ритмичности.
12. Производственный цикл.
13. Типы производства.
14. Массовое производство.
15. Серийное производство.
16. Единичное производство.
17. Влияние типа производства на организационную структуру управления.
18. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Содержание, задачи, основные этапы и системы управления технологической подготовкой производства.
19. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Обеспечение технологичности конструкции изделий.
20. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Разработка технологических процессов.
21. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Единичный технологический процесс.
22. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Типовой технологический процесс.
23. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Групповой технологический процесс.
24. Организация, планирование и управление технологической подготовкой производства. Разработка, приемка и передача в производство новых технологических процессов в соответствии с требованиями стандартов ИСО серии 9000.
25. Основные разделы и технико-экономические показатели производственной программы.
26. Производственная мощность. Расчеты производственных мощностей. Значение резервных мощностей.
27. Определение потребности в трудовых, материальных и финансовых ресурсах для выполнения производственной программы.
28. Контроль за выполнением производственной программы.
29. Понятие и значение научной организации труда.

30. Организация и обслуживание рабочих мест.
31. Производительность и оплата труда.
32. Значение стандартизации и сертификации.
33. Система качества.
34. Структурирование функции качества.
35. Текущее управление качеством.
36. Статистический приемочный контроль по альтернативному признаку. Стандарты статистического контроля.
37. Понятие логистики.
38. Логистика производственных процессов.
39. Логистика запасов.
40. Использование технологии штриховых кодов.
41. Характеристика систем складирования и размещения запасов.
42. Оборудование для хранения материалов и определение его количества.
43. Подъемно-транспортное оборудование и определение его потребности.
44. Организация транспортно-складского материало потока.
45. Стратегии обеспечения материальными ресурсами различных предприятий.
46. Расчет некоторых показателей работы склада.
47. Понятие экономического и производственного рисков.
48. Классификация экономических рисков.
49. Факторы риска невостребованности продукции.
50. Управление рисками на основе результатов экономического анализа.

Оценка во 2 семестре по дисциплине выставляется по итогам зачета, при этом условием получения положительной оценки является отработка студентом не менее 75% практических занятий, получение студентом положительной оценки по всем видам работ, описанных выше в данной программы.

Оценка «зачтено» выставляется студенту:

- 1) отработавшему 75% практических занятий;
- 2) получившему оценку «зачтено» за выполнение реферата.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту:

- 1) отработавшему менее 75% практических занятий;
- 2) И/ИЛИ получившему оценку «не зачтено» за выполнение реферата.

6 семестр

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Для определения уровня сформированности компетенций применяется процедура независимой оценки.

Экзамен предполагает проверку учебных достижений обучаемых по всей программе дисциплины с целью оценивания полученных теоретических знаний, навыков самостоятельной работы, умения на практике применять полученные знания.

Вопросы к экзамену

1. Товар как экономическая и маркетинговая категория.
2. Маркетинговая классификация товаров и ее цели
3. Классификация товаров потребительского назначения
4. Классификация товаров производственно-технического назначения.
5. Классификация услуг.
6. Классификация взаимосвязей товаров..
7. Понятие коммерческих и некоммерческих характеристик товара.

8. Многоуровневая модель исполнения характеристик товара..
9. Мультиатрибутивная модель исполнения характеристик товара.
10. Латеральная модель исполнения характеристик товара.
11. Эмпирическая модель исполнения характеристик товара.
12. Блочные модели исполнения товара.
13. Понятие и критерии классификации новых товаров.
14. Алгоритм разработки новых товаров.
15. Коммерциализация новых товаров.
16. Модификация существующих товаров.
17. Факторы и оценочные критерии конкурентоспособности товаров.
18. Аналитические методы оценки конкурентоспособности товаров.
19. Графические методы оценки конкурентоспособности товаров.
20. Матричные методы оценки конкурентоспособности товаров.
21. Понятие и виды ЖЦТ.
22. Модель ЖЦТ .Стратегические следствия и ограничения модели.
23. Понятие и порядок разработки стратегии позиционирования товаров на рынке.
24. Построение карты восприятия и оценка позиции торговых марок по картам восприятия.
25. Понятие и основные компоненты торговой марки. Параметры архитектуры марки товара.
26. Маркетинговые решения относительно марочных продуктов.
27. Понятие и принципы формирования ассортимента товаров.
28. Оперативное управление ассортиментом товаров.
29. Маркетинговые стратегии относительно промышленного ассортимента товаров.
30. Маркетинговые стратегии относительно торгового ассортимента товаров.
31. Диверсификация товаров (конгломерантные стратегии управления ассортиментом товаров).
32. Методы анализа продуктового портфеля компании.

ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ ОЦЕНКИ

Оценка за экзамен по дисциплине выставляется по результатам экзамена, при этом баллы, полученные за экзаменационный ответ, суммируются с баллами, полученными за посещение занятий по следующей схеме.

Посещение занятий		Экзамена ционный тест	
% вып.	Баллы (*0,5)	прав.отв	баллы
90-100	45-50	30	50
80-89	40-44	28-29	45
70-79	35-39	25-27	40
60-69	30-34	22-24	35
50-59	25-29	19-21	30
40-49	20-24	16-18	25
30-39	15-19	13-15	20
20-29	10-14	10-12	15
10-19	5-9	7-9	10
<10	1-4	<7	5

Итоговая оценка

Сумма баллов	Оценка
--------------	--------

95-100 баллов	10	отлично
91-94 балла	9	
86-90 баллов	8	
79-85 баллов	7	хорошо
71-78 баллов	6	
63-70 баллов	5	удовлетворительно
56-62 баллов	4	
38-55 баллов	3	неудовлетворительно
19-37 баллов	2	
0-18 баллов	1	

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература:

1. Спиридонова, Е. А. Управление инновациями : учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06608-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474270>.
2. Фомичев, В. И. Управление качеством и конкурентоспособностью : учебник для вузов / В. И. Фомичев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12241-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476483>.
3. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01142-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469853>.

Дополнительная литература:

1. Коршунов, В. В. Экономика организации (предприятия) : учебник и практикум для вузов / В. В. Коршунов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 347 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11583-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488817>.
2. Тертышник, М. И. Экономика организации : учебник и практикум для вузов / М. И. Тертышник. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 631 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09997-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494856>.
3. Дубина, И. Н. Творческие решения в управлении и бизнесе : учебное пособие для вузов / И. Н. Дубина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08605-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471891>.
4. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 404 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468978>.
5. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469244>.
6. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468982>.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронная библиотека. Для вузов и ссузов. biblio-online.ru
2. Законодательно-правовая электронно-поисковая база по организации производства (Консультант. Гарант).
3. Федеральный образовательный портал. – URL: <http://ecsocman.hse.ru/>.
4. Электронная база данных «Polpred.com. Обзор СМИ» - <http://polpred.com>
5. Поисковые системы <http://www.google.ru/>, www.yandex.ru/ и др.

8. Материально-техническое обеспечение

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, д.4, уч. корпус № 2, ауд. 510.

Стандартная учебная мебель (60 учебных посадочных места), стол и стул для преподавателя – по 1 шт.

Кафедра для лектора – 1 шт.

Доска настенная трехэлементная – 1 шт.

Проекционный экран LUMA – 1 шт.

Мультимедиапроектор Acer – 1 шт.

Ноутбук HP 530 – 1шт.

Колонки Genius – 1 шт.

Помещение для самостоятельной работы: 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, д.4, уч. корпус №2, ауд. 520 (компьютерная лаборатория с выходом в Интернет)

Компьютерный студенческий стол – 15 шт.

Компьютерный стол для преподавателя – 1 шт.

Интерактивная доска IQBoard

Мультимедиа проектор Optima PX 329 DLP

16 персональных компьютеров с выходом в Интернет

Стандартная учебная мебель (16 учебных посадочных мест).

9. Программное обеспечение

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный АО «Лаборатория Касперского».

Microsoft Open License в составе:

– Microsoft Windows Professional XP, 7, 8, Server Russian;

– Microsoft Office 2003-2016 Russian.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 03B6A3C600B7ADA9B742A1E041DE7D81B0
Владелец: Артеменков Михаил Николаевич
Действителен: с 04.10.2021 до 07.10.2022