



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

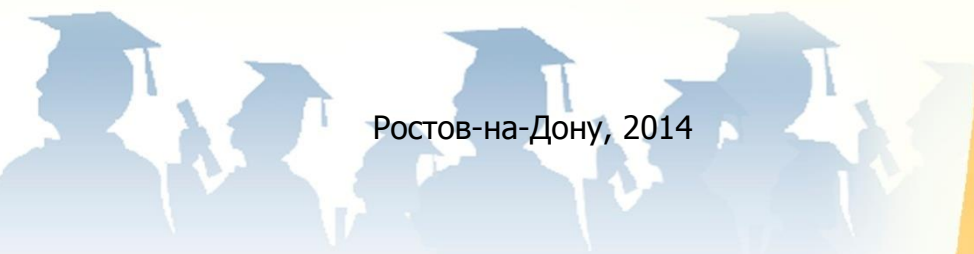
Кафедра «Инженерная экономика и маркетинг»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ по дисциплине

«Организация и планирование производства»

Автор
Лисицин В.Г.

Ростов-на-Дону, 2014





Аннотация

Методические указания предназначены для студентов направлений 230100 Информатика и вычислительная техника, 230401 Прикладная математика, 210102 Светотехника и источники света, 220301 Автоматизация технологических процессов и производств в машиностроении, 220201 Управление и информатика в технических системах.

В методических указаниях представлен комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих студенту оптимальным образом организовать процесс изучения дисциплины «Организация и планирование производства», особенно в части самостоятельной работы.

Автор

к.э.н., доцент Лисицин Валерий Геннадьевич





Оглавление

1. Общие сведения о курсе «Организация и планирование производства»	4
1.1 Цели и задачи учебной дисциплины «Организация и планирование производства»	4
1.2 Тематический план курса	7
1.3 Тематический план практических занятий	10
1.4 Самостоятельная работа студентов (СРС)	11
Перечень вопросов для самоподготовки:	14
1.5 Вопросы к зачету	16
2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	20



1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О КУРСЕ «ОРГАНИЗАЦИЯ И ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА»

1.1 Цели и задачи учебной дисциплины «Организация и планирование производства»

Целью освоения учебной дисциплины «Организация и планирование производства» является формирование у слушателей высокой культуры экономического мышления и развитие способности умелого использования в практической деятельности полученных знаний основ маркетинга и менеджмента, основных положений организации и управления производством, а также изучение и решение проблем, возникающих у инженеров при осуществлении организационной деятельности, овладение вопросами организации и управления созданием и освоением новой техники и технологии, планирования комплексной подготовки производства.

Для достижения данной цели решаются следующие задачи:

- для формирования знаний у инженеров о теории организации производства конкурентоспособной продукции рассматриваются современные принципы и методы эффективной организации и управления производственным процессом с учетом отраслевой принадлежности предприятия;

- для понимания влияния внешней среды на достижение целей предприятия рассматривается содержание среды, методика проведения маркетинговых исследований и изучается процесс управления маркетингом;

- для осмысления понятия «маркетинговое управление предприятием», рассматриваются характеристики менеджмента и маркетинга во взаимосвязи и показывается роль маркетинга в достижении целей предприятия;

- для понимания студентом специфики работы менеджера рассматриваются основные функции менеджмента: стратегическое планирование, организация как процесс, мотивация персонала и контроль деятельности, показывается роль каждой функции в достижении целей предприятия с учетом специфики отрасли;

- для формирования навыков работы менеджера изучаются вопросы общего руководства, необходимости обладания качествами лидера, умения управлять собой, группами (формальными и неформальными), умения



Организация и планирование производства

разрешать конфликты в организации;

– для выработки навыков принятия решений изучается теория принятия решений и роль коммуникаций в эффективном менеджменте.

Студент, завершивший изучение дисциплины «Организация и планирование производства», должен обладать следующими компетенциями (знать, уметь, владеть навыками):

должен знать:

- место и роль организации, планирования и управления производством в системе рыночных отношений;
- классификацию типов производства и их технико-экономические характеристики;
- способы организации научно-исследовательской работы, конструкторской и технологической подготовки производства;
- способы организации вспомогательного и обслуживающего хозяйств на предприятии;
- теорию принятия рациональных решений в области организации, планирования и управления производством и способы их совершенствования;
- основы формирования и практической реализации планов в области организации, планирования и управления производством;
- инструментарий ситуационного анализа и модели стратегического анализа;
- место и роль менеджмента в системе рыночных отношений предприятия;
- факторы внешней среды, влияющие на результативность производственно-хозяйственной деятельности предприятия;
- методику проведения маркетинговых исследований и основы процесса управления маркетингом;
- способы формирования товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политики предприятия;
- основы построения организационных структур и методов эффективного делегирования полномочий;
- теории процесса и содержания мотивации персонала и контроля деятельности;
- функции, методы, основные особенности управления персоналом и способы совершенствования коммуникаций в организации;
- процесс планирования деловой карьеры и осуществ-



ления служебно-профессионального управления продвижением.

должен уметь:

- на основе анализа макро- и микросреды выбрать стратегию предприятия;
- принимать управленческие решения в области организации и управления производством с учетом новых концепций и методологических подходов в области современного менеджмента;
- эффективно организовывать и оценивать экономическую эффективность системы управления предприятием по функции производства с учетом механизмов стратегического и тактического управления;
- выработывать в себе качества, необходимые менеджеру и маркетологу;
- оценить особенности коллектива и выбрать соответствующий стиль управления;
- управлять на высоком профессиональном уровне персоналом предприятия;
- осуществлять кадровое планирование;
- оценивать работу персонала;
- осуществлять профессиональное продвижение персонала владеть навыками:
- разработки и реализации инженерных решений, основанных на принципах маркетинга;
- проведения анализа конъюнктуры рынка;
- планирования деловой карьеры;
- формирования и практической реализации мероприятий в сферах основного и вспомогательного производств, технологической и конструкторской подготовки производства, направленных на экономию производственных ресурсов предприятия.



1.2 Тематический план курса

Таблица 1 – Тематический план лекционных занятий

Название темы	Содержание
1. Место и роль организации и планирования производства в системе рыночных отношений предприятия	Сущность, цели и задачи, методология и методика изучения дисциплины «Организация и планирование производства» Принципы изучения и взаимосвязь с другими дисциплинами. Управленческая деятельность как регулятор рыночных отношений. Сочетание самоуправления предприятий и государственного регулирования.
2. Ресурсы предприятия	Внешняя и внутренняя среда предприятия. Основные фонды (ОПФ), их классификация, структура, методы оценки и расчета амортизационных отчислений. Оборотные средства (ОС), их классификация и структура. Кругооборот ОС и показатели эффективности их использования.
3. Основные экономические показатели хозяйственной деятельности предприятия	Классификация затрат на производство. Калькуляция себестоимости. Смета затрат на производство. Цены на продукцию. Методы формирования цены. Выручка от реализации (объем продаж) и ее определение. Прибыль и ее экономическое содержание. Виды прибыли. Рентабельность как показатель эффективности хозяйствования.
4. Принципы и функции менеджмента	Источники формирования принципов. Классификация принципов. Классификация функций управления. Общие функции управления.
5. Планирование как функция внутрифирменного управления	Главные задачи планирования. Классификация планов: по содержанию, по времени планирования. Этапы процесса планирования.
6. Организационные структуры менеджмента	Многозначность термина «организация». Типы организационных структур аппарата управления, их достоинства и недостатки.
7. Мотивация и контроль.	Сущность мотивации. Стадии процесса мотивации. Теории мотивации. Принципы эффективной мотивации. Содержание контроля. Виды контроля и механизм его проведения Причины, вызывающие необходимость контроля.

8. Основы маркетинга	Двойственная природа маркетинга: маркетинг как одна из функций управления и маркетинг как концепция управления или философия бизнеса. Виды маркетинга. Концепция комплекса маркетинга Эволюция и вариации состава комплекса маркетинга.
9. Комплексное исследование товарного рынка	Направления комплексного исследования товарного рынка. Понятие сегмента рынка, целевого рынка. Признаки сегментации, критерии выбора целевого сегмента. Позиционирование товара. Оценка конкурентоспособности товара и организации. Понятие конкурентного преимущества.
10. План маркетинговых действий	Товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара и способы его продления. Рыночная атрибутика товара. Этапы разработки ценовой политики предприятия. Программа коммуникативной политики. Инструментарий комплекса маркетинговых коммуникаций. Каналы распространения товара. Система товародвижения.
11. Сущность организации и планирования производства на предприятии	Определение понятия «организация производства». Основные элементы и принципы эффективной организации, планирования и управления производством. Понятие производственной системы: элементы, цели и сущность функционирования. Законы организации производственных систем. Особенности и свойства производственных систем.
12. Организация производственных процессов	Принципы и формы организации производства. Методы управления производством и информационное обеспечение Типы производства. Организация научно-исследовательской работы. Конструкторская подготовка производства. Технологическая подготовка производства. Организационная подготовка производства. Организация вспомогательного и обслуживающего хозяйств на предприятии
13. Оперативное управление производством	Задачи и содержание оперативного управления производством. Межцеховое и внутрицеховое оперативное планирование. Диспетчирование производства. Зарубежный опыт оперативного управления производством.

14. Сущность стратегического управления и планирования	Объекты стратегического управления: организация, стратегические единицы бизнеса, функциональные зоны организации. Формирование корпоративной стратегии. Инструментарий ситуационного анализа: PEST-анализ, анализа конкурентной среды отрасли, SWOT-анализ. Модели стратегического анализа: матрица «товар-рынок» И. Ансоффа, матрица «Бостон консалтинг групп». Содержание стратегического плана. Этапы стратегического планирования.
15. Управленческое решение	Содержание понятия «решение»: как результата выбора способа действия; как процесса. Классификация управленческих решений. Технология разработки управленческих решений. Решения в условиях риска. Интуиция и механизм ее использования при принятии решения.
16. Управление персоналом	Методы управления, их характеристика. Ролевые типы подчиненных и управление ими. Стиль руководства и типы руководителей. Профессиональная адаптация и деловая карьера на предприятии.
17. Инновационная деятельность	Виды инноваций, их классификация. Место научно-технического нововведения в инновационной деятельности предприятия. Факторы, влияющие на успех нововведений. Инновационная деятельность предприятия и инновационная стратегия.
18. Инвестиционное проектирование	Классификация инвестиций. Источники финансирования инвестиций. Структура инвестиционного проекта. Жизненный цикл и этапы инвестиционного проекта. Методы сетевого управления. Риски в инвестиционном проекте, их виды, классификация, оценка.
19. Экономическая эффективность инвестиционных проектов	Основные критерии для оценки инвестиционных проектов. Денежные потоки и их моделирование, дисконтирование денежных потоков. Коммерческая эффективность. Бюджетная эффективность – экономическая эффективность. Показатели оценки эффективности инвестиционных проектов: чистый доход, чистый дисконтированный доход, внутренняя норма доходности, срок окупаемости, индекс доходности.



20. Бизнес-план как оценка эффективности инженерных решений	Основные задачи и значение бизнес-планов в оценке эффективности: научно-исследовательской работы, конструкторских и технологических решений, сфере эксплуатации и обслуживания и т.д. Типология бизнес-планов. Структура бизнес-планов. Методика разработки бизнес-планов различных технических решений.
---	---

1.3 Тематический план практических занятий

Таблица 2 – Тематический план практических занятий

Название темы	Содержание
Место и роль организации и планирования производства в системе рыночных отношений предприятия	Понятийный аппарат по сущности организации и планирования производства, его принципам и функциям, методологии (закрепление терминологического аппарата).
Ресурсы предприятия	Рассмотрение особенностей взаимоотношений предприятия с внешней средой при разных концепциях бизнеса (семинар). Рассмотрение экономических ситуаций по техническому обновлению основных производственных фондов и ускорению оборачиваемости оборотных средств (решение задач)
Основные экономические показатели хозяйственной деятельности предприятия	Рассмотрение экономических ситуаций по планированию и анализу себестоимости продукции предприятия (решение задач)
Комплексное исследование товарного рынка	Комплексное исследование товарного рынка. Исследование структуры рынка, позиционирование рынка (практические задания)
План маркетинговых действий	Определение путей повышения прибыли (практическое задание)
Организация производственных процессов	Финансирование перехода на производство новой продукции (практическое задание)



Оперативное управление производством	Принятие решений по эффективному использованию внутренних резервов производства (практическое задание). Выбор наиболее эффективного варианта технологического процесса (практическое задание).
Управление персоналом	Деловая оценка персонала. Управление деловой карьерой и адаптация персонала (семинар)
Инвестиционное проектирование	Применение методов сетевого планирования и управления (практическое задание)
Экономическая эффективность инвестиционных проектов	Анализ и оценка инвестиционных проектов в условиях рынка (решение задач)
Бизнес-план как оценка эффективности инженерных решений	Экономическое обоснование инженерных решений в форме бизнес-планов (расчеты экономической эффективности инженерных решений)

1.4 Самостоятельная работа студентов (СРС)

Основным методом овладения экономическими знаниями является самостоятельная работа студентов, объем которой определяется программой в часах по данной специальности. Самостоятельная работа планируется, с учетом расписания занятий и тематического плана по дисциплине «Организация и планирование производства». Выполняя самостоятельную работу, студенты опираются на методические советы и рекомендации преподавателя.

В целях более глубокого изучения дисциплины, формирования навыков и умений письменного изложения проблемы, студенты пишут творческую исследовательскую работу. Подготовка к семинарским и практическим занятиям, проводимым в ходе учебного процесса, осуществляется по мере изучения учебного материала.

Еженедельно преподавателем проводятся консультацион-



ные часы для разъяснения студентам сущности задания по СРС и проверки выполненного задания. В конце семестра студенты могут отчитаться по невыполненным заданиям по СРС за весь семестр. Каждый студент может пользоваться пособиями по изучению дисциплины в библиотеке.

Готовясь к семинарскому занятию, студент учится конспектировать литературу, обдумывать ее, суммировать знания, полученные из различных источников и на лекциях.

Важным элементом подготовки к семинару является глубокое изучение основной и дополнительной литературы, рекомендованной по теме занятия, а также первоисточников. При этом полезно прочитанную литературу законспектировать. Конспект должен отвечать трем требованиям: быть содержательным, по возможности кратким и правильно оформленным.

Результатом первоначального чтения должен быть простой план текста и четкое представление о неясных местах, отмеченных в учебнике или учебном пособии. После предварительного ознакомления, при повторном чтении следует обратить внимание на обоснование отдельных положений, на методы и формы доказательства, наиболее яркие примеры. В ходе этой работы окончательно отбирается материал для записи и определяется ее вид: план, тезисы, конспект.

План - это краткий, последовательный перечень основных мыслей автора. Запись прочитанного в виде тезисов - значит выписать и записать опорные мысли текста. Знание общей стратегии чтения, техники составления плана и тезисов определяет и технологию конспектирования:

- ✓ внимательно читать текст, попутно отмечая непонятные места, незнакомые термины и понятия. Выписать на поля значение отмеченных понятий;
- ✓ при первом чтении текста необходимо составить его простой план, последовательный перечень основных мыслей автора;
- ✓ при повторном чтении текста выделять систему доказательств основных положений работы автора;
- ✓ заключительный этап работы с текстом состоит в осмыслении ранее отмеченных мест и их краткой последовательной записи;
- ✓ при конспектировании нужно стремиться выразить мысль автора своими словами, это помогает более глубокому усвоению текста.

В рамках работы над первоисточником важен уме-



Организация и планирование производства

лый отбор цитат. Необходимо учитывать, насколько ярко, оригинально, сжато изложена мысль. Цитировать необходимо те суждения, на которые впоследствии возможна ссылка как на авторитетное изложение мнения, вывода по тому или иному вопросу.

Таблица 3- Самостоятельная работа студентов

№ п.п.	Вид самостоятельной работы	Объем времени, час
		нормативный очная
1	2	3
1	Подготовка к практическим занятиям (предусматривает самостоятельное решение задач по предложенному материалу)	5
2	Подготовка к семинарским занятиям (предусматривает самостоятельную проработку тем к семинарским занятиям)	5
3	Самостоятельное изучение тем теоретического курса, из них по темам:	10
3.1.	Проблемы современного менеджмента в малом и среднем бизнесе	2
3.2.	Тенденции развития организационных структур	2
3.3	Разработка маркетинговых решений	2
3.4	Организационно-экономические аспекты гибких производственных систем	2
3.5	Оценка экономической эффективности инновационных решений	2
4	Усвоение текущего материала. Проработка конспектов лекций и литературы	5
5	Подготовка к зачету	5
	ВСЕГО	30

Контроль текущей успеваемости осуществляется по рейтин-



говой системе: в 1-й блок входят темы с 1 по 10 включительно; во 2-й блок – с 11 по 20 (см. раздел 1.2). Текущая успеваемость в блоке оценивается в 25 баллов по результатам тестового контроля с использованием контрольно-измерительных материалов по темам лекционных и практических занятий.

Перечень вопросов для самоподготовки:

1. Управленческие идеи древности.
2. Концепция «7-S» Э. Лтоса, Р.Паскаля, Т. Питерса и Р. Уотермена.
3. Управленческие взгляды в России и СССР.
4. Принципы производительности А. Файоля.
5. Принципы эффективности Г. Эмерсона.
6. Идея социального партнерства Р.Оуэна.
7. Концепция разделения труда Ч.Бэббиджа.
8. Основы организации производства Р. Аркрайта.
9. Философия производства Э. Юра.
10. Научный анализ производства Г. Гантта.
11. Производственная система Г. Форда.
12. Концепция «рациональной бюрократии» М. Вебера.
13. Хотторнские эксперименты Э. Мейо.
14. Управленческая концепция М.Фолллетт.
15. Поведенческие концепции Д. Мак-Грегора, А. Маслоу.
16. Законы организации труда К.Адамецкого.
17. Концепции управления: организационно-технические и социальные.
18. Виды рынков и их характеристика.
19. Модель поведения покупателя на потребительском рынке.
20. Модель поведения покупателя на промышленном рынке.
21. Сущность мотивации в маркетинговой деятельности.
22. Процесс принятия решений о покупке.
23. Классификация товаров. Принципы создания нового товара.
24. Особенности появления и управления торговыми марками. Бренддинг.
25. Маркетинговый подход к ценообразованию.
26. Содержание плана маркетинга.
27. Принципы построения канала распределения, его значение для общей стратегии предприятия.
28. Виды каналов распределения.



29. Виды посредников.
30. Логистика в канале распределения.
31. Классификация инструментов продвижения.
32. Функции рекламы. Виды рекламы.
33. Личные продажи. Сетевой маркетинг.
34. Связи с общественностью. Управление репутацией компании и товара.
35. Сущность и этапы прямого маркетинга.
36. Модели стратегического планирования.
37. Стратегии маркетинга взаимоотношений – CRM.
38. Принципы и варианты организационных структур маркетинга.
39. Задачи и функции службы маркетинга.
40. Характеристика моделей организационной структуры управления маркетингом: функциональная, продуктовая, рыночная.
41. Особенности контроля маркетинговой деятельности.
42. Виды контроля: маркетинговый анализ и маркетинговый аудит.
43. Особенности международного маркетинга.
44. Модели проникновения и развития в международном маркетинге.
45. Особенности маркетинга сферы услуг.
46. Особенности и отличия интернет-маркетинга от традиционного.
47. Влияние интернета на формирование маркетингового окружения и жизненный цикл товара.
48. Сравнение функций традиционного (функционального) и проектного менеджера.
49. Типы организаций. Соотношение проекта и порождающей его организации.
50. Конфликт проектов. Роль системы управления проектом в его преодолении.
51. Технологический цикл управленческой деятельности.
52. Понятие креативности. Роль креативности на различных стадиях исполнения проекта.
53. Организация офиса проекта.
54. Сметы и бюджет проекта.
55. Проектное финансирование.
56. Процессы проектного управления.
57. Соотношение проектного управления и контроллинга.
58. Цели презентации инвестиционного проекта и спо-



собы их достижения.

59. Психологические аспекты управления проектной командой.

60. Этический кодекс управляющего проектом.

1.5 Вопросы к зачету

Итоговая аттестация проводится на основании баллов, заработанных студентом в течение рейтинга и ответов на вопросы на зачете, оцениваемых в 50 баллов.

Перечень вопросов по дисциплине:

1. Классификация основных фондов, оценка их стоимости. Виды физического и морального износа основных производственных фондов.

2. Методы расчета амортизации. Общие и частные показатели использования основных производственных фондов.

3. Оборотные средства предприятия, их состав и структура. Источники формирования оборотных средств.

4. Оборачиваемость оборотных средств. Обобщающие и частные показатели использования оборотных средств.

5. Сущность нормирования оборотных средств. Нормируемые и ненормируемые оборотные средства. Понятие нормы и норматива.

6. Понятие издержек, себестоимости, затрат и расходов. Классификация затрат на производство и реализацию продукции по основным признакам.

7. Смета затрат на производство. Калькуляция себестоимости и ее виды.

8. Понятие технологической себестоимости изготовления изделий. Расчет постоянных и переменных затрат. Методика выбора наиболее эффективного варианта технологического процесса на основе расчета технологической себестоимости.

9. Виды и функции цен. Методы ценообразования.

10. Виды рентабельности и факторы, влияющие на изменение рентабельности. Виды прибыли и методы их определения.

11. Многозначность понятия «менеджмент». Эволюция теории и практики менеджмента.

12. Классификация принципов менеджмента. Классификация функций менеджмента.

13. Субъект и объект управления. Школы менеджмента.



Организация и планирование производства

14. Планирование как функция внутрифирменного управления.
15. Типы организационных структур менеджмента.
16. Сущность мотивации. Теории мотивации: содержательные и процессные.
17. Содержание контроля. Причины, вызывающие необходимость контроля. Виды контроля и механизм его проведения.
18. Сущность стратегического управления. Объекты стратегического управления. Этапы процесса формирования стратегии организации.
19. Сущность организации и планирования производства. Структура производственной системы предприятия: основные, вспомогательные и обслуживающие процессы.
20. Принципы организации производственных процессов. Производственный цикл.
21. Организация производственного процесса во времени.
22. Организация производственного процесса в пространстве.
23. Типы и методы организации производственного процесса.
24. Система освоения новой техники, принципы ее построения.
25. Организация научно-исследовательской работы. Конструкторская подготовка производства.
26. Технологическая подготовка производства. Организационная подготовка производства.
27. Организация вспомогательных и обслуживающих хозяйств предприятия.
28. Сущность маркетинга и основные понятия, используемые в маркетинге (спрос, товар, обмен, рынок, сделка). Виды маркетинга.
29. Концепции ведения предприятием эффективного бизнеса: производственно-ориентированная, продуктово-ориентированная, сбытовая, маркетингово-ориентированная, социально-этический маркетинг.
30. Маркетинговая среда: макро- и микросреда. Управляемые и неуправляемые факторы маркетинговой среды. Концепция комплекса маркетинга (marketing-mix).
31. Маркетинговая информационная система. Мероприятия целевого маркетинга. Признаки сегментации и позиционирование товара на рынке.
32. Маркетинговые исследования. Задачи маркетин-



говых исследований и требования, предъявляемые к ним. Классификация маркетинговых исследований.

33. План маркетинговых действий: товарная, ценовая, сбытовая и сервисная политика.

34. Каналы распространения товара. Вертикальные маркетинговые системы и их виды. Инструментарий комплекса маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, личная продажа, паблик рилейшнз, прямой маркетинг, брэндинг.

35. Жизненный цикл товара и способы его продления. Маркетинг рынка научно-технических нововведений. Место и роль инженерных решений в выборе и реализации стратегии ведения бизнеса.

36. Методы управления персоналом, их характеристика: экономические, административные (организационно-распорядительные), социально-психологические.

37. Деловая оценка персонала. Управление деловой карьерой персонала. Виды, цели и этапы карьеры. Правила, используемые при управлении карьерой.

38. Классификация методов управления персоналом и стилей руководства. Делегируемые и недеlegeируемые полномочия.

39. Стили руководства по способу воздействия на подчиненных, одномерность и многомерность руководства.

40. Коммуникации в менеджменте, их функции. Классификация коммуникаций.

41. Управленческие решения и требования, предъявляемые к ним. Классификация управленческих решений. Технология разработки управленческих решений.

42. Понятия «новация» (новшество), «инновация» (нововедение), «инновационный процесс». Классификация инноваций.

43. Факторы, влияющие на успех нововведений. Инновационная деятельность предприятия и инновационная стратегия.

44. Виды и принципы эффективности. Понятия «инвестиция», «инвестиционный проект», «инвестиционная деятельность». Классификация инвестиций.

45. Источники финансирования инвестиций. Структура инвестиционного проекта. Жизненный цикл и этапы инвестиционного проекта.

46. Основные критерии для оценки инвестиционных проектов: экономические; финансовые; научно-технические; производственные; экологические. Денежные потоки и их моделирование, дисконтирование денежных потоков.

47. Показатели оценки эффективности инвестиций



Организация и планирование производства

ных проектов: объем безубыточности, запас финансовой прочности, чистый доход, чистый дисконтированный доход, внутренняя норма доходности, срок окупаемости, индекс доходности.

48. Определение экономической эффективности систем автоматического управления.

49. Основные задачи и значение бизнес-планов в оценке эффективности. Структура бизнес-планов.

50. Методика разработки бизнес-планов различных технических решений.



2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Аникин Б.А., Родкина Т.А. Логистика: Тренинг и практикум: учеб. пособие - М.: Проспект, 2009
2. Аширов Д.А. Управление персоналом: уч.пособие - М.: Проспект, 2008
3. Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций - М.: ИНФРА-М, 2008
4. Верченко Ю.К. Принятие решений по эффективному использованию внутренних резервов производства - Ростов н/Д: Изд. центр ДГТУ, 2008
(<http://de.dstu.edu.ru/CDOSite/Pages/Kafedra.aspx?idk=20>)
5. Веснин В.Р. Менеджмент: учеб. - М.: Проспект, 2004
6. Веснин В.Р. Управление персоналом: учеб. пособие - М.: Велби, 2006
7. Виханский О.С. Менеджмент: учеб. - М.: Гардарики, 2005
8. Генкин Б.М. Экономика и социология труда: учебник - М.: Норма, 2009
9. Герасимов Б.И., Мозгов Н.Н. Маркетинговые исследования: учеб. пособие - М.: ФОРУМ, 2009
10. Кибанов А.Я. Экономика и социология труда: учебник - М.: ИНФРА-М, 2009
11. Коргова М.А. Менеджмент: краткий курс: учеб. пособие - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008
12. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: учеб. - СПб., 2006
13. Левина С.Ш. Практикум по курсу «Менеджмент»: учеб. пособие для вузов - Ростов-на-Дону: Феникс, 2009
14. Лисицин В.Г., Щерба Л.М. Оценка экономической эффективности капитальных вложений - Ростов н/Д: Издательский центр ДГТУ, 2011
15. Макареня Т.А. Организация и планирование производства: учеб. пособие – Таганрог, 2007
16. Мельников А.С., Любанова Т.П., Щерба Л.М., Хабибуллина Е.Р. Выбор экономически эффективного варианта технологического процесса механической обработки детали - Ростов н/Д: Изд. центр ДГТУ, 2008
(<http://de.dstu.edu.ru/CDOSite/Pages/Kafedra.aspx?idk=20>)



Организация и планирование производства

17. Мильнер Б.З. Теория организации: учеб. – 6-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2009
18. Мурахтанова Н.М. Маркетинг: учеб. пособие - М.: Академия, 2007
19. Новицкий Н.И. Организация и планирование производства: практикум - Мн.: Новое знание, 2007
20. Новицкий Н.И. Организация производства на предприятиях - М.: Финансы и статистика, 2008
21. Попова А.А. Менеджмент: практикум: учеб. пособие - М.: «Дашков и К», 2008
22. Романова М.В. Управление проектами: учеб. пособие - М.: ИД «Форум»: ИНФРА-М, 2007
23. Салимова Т.А. Управление качеством: учеб. - М.: Изд-во «Омега-Л, 2008
24. Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: учебник - М.: ИНФРА-М, 2009
25. Степанов В.И. Логистика: учебник - М.: Проспект, 2010
26. Хащин С.М., Сафронов А.Е., Лисицин В.Г. Управление проектами: учеб. пособие - Ростов н/Д: Изд. центр ДГТУ, 2011
(http://ntb.donstu.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=1319:учебноепособие&Itemid=257)
27. Чаузова Т.С., Емельяничук Ю.А. Применение методов сетевого планирования для сокращения времени технологической подготовки - Ростов н/Д: Изд. центр ДГТУ, 2011
(<http://de.dstu.edu.ru/CDOSite/Pages/Kafedra.aspx?idk=20>)
28. Чечина Н.А. Сборник задач по курсу «Организация производства на машиностроительном предприятии»: учеб. пособие для вузов - М.: КНОРУС, 2007
29. Шамов О.В. Организация производства: практикум - Гродно, ГрГУ, 2006
30. Швандар В.А., Горфинкель В.Я. Экономика предприятия: учебник для вузов - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010
31. Web-сайт журнала «Корпоративный менеджмент»:
<http://www.cfin.ru/itm/project/>
32. Web-сайт журнала «Профессионал управления»:
<http://www.pmpofy.ru/>
33. Web-сайт журнала «Управление проектами»:
<http://www.pmmagazi-ne.ru/>
34. Web-сайт журнала «Эксперт»: <http://www.expert.ru/>
35. Web-сайт журнала «Российский журнал менеджмента»:
<http://elibrary.ru/issues.asp?id=9611>