

Утверждено приказом ГОУ ВПО ДонГУУ от 23.08.2016г. №675

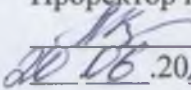
ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

ФАКУЛЬТЕТ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Л.Н.Костина


20.08.2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинг и аутсорсинг транспортно-экспедиционного
обслуживания»

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Магистерская программа «Логистика»

Донецк
2017

1. Цель освоения дисциплины и планируемые результаты обучения по дисциплине (соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы)

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов системы знаний по маркетингу и аутсорсингу транспортно-экспедиционного обслуживания, а также рассмотрение областей использования маркетинга и аутсорсинга в практической деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представление о месте маркетинга и аутсорсинга хозяйственной деятельности предприятий и организаций;
- овладеть знаниями, позволяющими разбираться в особенностях маркетинга и аутсорсинга транспортно-экспедиционного обслуживания;
- формирование мышления для понимания экономической выгоды от маркетинга и аутсорсинга транспортно-экспедиционного обслуживания.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Код существующей компетенции по ГОС ВПО	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы маркетинга и аутсорсинга в области транспортно-экспедиционной деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструментарий маркетинга и аутсорсинга в области транспортно-экспедиционной деятельности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинга и аутсорсинга в области транспортно-экспедиционной деятельности.
ОПК-2	способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику применения инструментария маркетинга и аутсорсинга в области транспортно-экспедиционной деятельности; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать маркетинг и аутсорсинг в области транспортно-экспедиционной деятельности для разработки эффективной стратегии деятельности организации; <p>Владеть:</p>

		- принципами маркетинга и аутсорсинга в области транспортно-экспедиционной деятельности.
ПК-5	способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ключевые вопросы и процедуру разработки маркетинговой стратегии предприятия в области транспортно-экспедиционной деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать эффективность маркетинга и аутсорсинга в области транспортно-экспедиционной деятельности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами управления маркетинга и аутсорсинга в области транспортно-экспедиционной деятельности; - применять знания и решать задачи в области транспортно-экспедиционной деятельности с использованием различных приемов маркетинга и аутсорсинга.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг и аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания» является дисциплиной профессионального цикла и входит в перечень дисциплин вариативной части ООП Б1.2 В.ДВ.1.

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Маркетинг и аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания» являются: «Маркетинг», «Менеджмент» «Логистика» и др.

2.2. Дисциплины и/или практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Дисциплина «Маркетинг и аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания» является дисциплиной профессионального цикла и входит в перечень дисциплин вариативной части и взаимосвязана с такими дисциплинами как: маркетинг, логистика, менеджмент и др.

Для освоения дисциплины обучающийся должен обладать: способностью проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования; готовностью к разработке процедур и методов контроля; готовностью участвовать в реализации программы организационных изменений и др.

Данный курс раскрывает основное содержание и значение маркетинга и аутсорсинга транспортно-экспедиционного обслуживания, его основных концепций и технологий, место в системе современных экономических дисциплин, а также роли в формировании глобальных, макро- и микрологистических систем в экономике.

3. Объем дисциплины в кредитах (зачетных единицах) с указанием количества академических часов, выделенных на аудиторную (по видам учебных занятий) и самостоятельную работу студента

Вариант таблицы при изучении дисциплины в одном семестре

	Зачетные единицы (кредиты ECTS)	Всего часов		Форма обучения (вносятся данные по реализуемым формам)	
		О	З	Очная	Заочная
				Семестр № 2	Семестр № 2
Общая трудоемкость	2,0	72	72	Количество часов на вид работы:	
Виды учебной работы, из них:					
Аудиторные занятия (всего)				32	66
В том числе:					
Лекции				16	4
Семинарские занятия				16	2
Самостоятельная работа (всего)				40	6
Промежуточная аттестация					
В том числе:					
зачет /экзамен				зачет	зачет

4. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы (темы) дисциплины с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Таблица пункта 4.1.

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам)									
	Дневная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Раздел 1. Маркетинг транспортно-экспедиционного обслуживания										
Тема 1.1. Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга	2		2	5	9	2		2	8	12
Тема 1.2. Управление маркетингом на транспорте	2		2	5	9				9	9
Тема 1.3. Планирование и прогнозирование на	2		2	5	9				9	9

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам)									
	Дневная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятель- ная работа	Всего	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятель- ная работа	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
транспорте в системе маркетинга										
Тема 1.4. Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях	2		2	5	9				8	8
Итого по разделу:	8		8	20	36	2		2	34	38
Раздел 2. Аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания										
Тема 2.1. Сущность и особенности аутсорсинга транспортно- экспедиционного обслуживания	2		2	5	9	2			8	10
Тема 2.2. Система услуг транспортного аутсорсинга	2		2	5	9				8	8
Тема 2.3. Основные положения транспортно- экспедиционной деятельности	2		2	5	9				8	8
Тема 2.4. Субъекты транспортно- экспедиционного обслуживания	2		2	5	9				8	8
Итого по разделу:	8		8	20	36	2			32	34
Всего за семестр:	16		16	40	72	4		2	66	72

4.2. Содержание разделов дисциплины:

Таблица пункта 4.2.

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских/практических занятий		
			Кол-во часов	
			д	з
1	2	3	4	5
Раздел 1. Маркетинг транспортно-экспедиционного обслуживания				
Тема 1.1. Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга	1. Сущность, принципы и функции общего маркетинга 2. Концепции, виды и типы маркетинга 3. Система маркетинговой деятельности на предприятии 4. Особенности маркетинга на транспорте	Семинарские занятия: 1. Сущность, принципы и функции общего маркетинга 2. Концепции, виды и типы маркетинга 3. Система маркетинговой деятельности на предприятии 4. Особенности маркетинга на транспорте	2	2
Тема 1.2. Управление маркетингом на транспорте	1. Особенности управления маркетингом на транспорте 2. Организация системы управления маркетингом на транспорте 3. Маркетинг в системе фирменного транспортного обслуживания 4. Место и роль транспортно-экспедиционного обслуживания и операторских компаний в системе маркетинга на транспорте	Семинарские занятия: 1. Особенности управления маркетингом на транспорте 2. Организация системы управления маркетингом на транспорте 3. Маркетинг в системе фирменного транспортного обслуживания 4. Место и роль транспортно-экспедиционного обслуживания и операторских компаний в системе маркетинга на транспорте	2	
Тема 1.3. Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга	1. Концепция планирования перевозок грузов на транспорте в системе маркетинга 2. Текущее и оперативное планирование перевозок 3. Прогнозирование и оптимизация перевозок грузов в современных условиях	Семинарские занятия: 1. Концепция планирования перевозок грузов на транспорте в системе маркетинга 2. Текущее и оперативное планирование перевозок 3. Прогнозирование и оптимизация перевозок	2	

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских/практических занятий		
			Кол-во часов	
			д	з
1	2	3	4	5
	4. Стратегическое планирование работы транспортных предприятий в системе маркетинга 5. Разработка бизнес-плана транспортного предприятия	грузов в современных условиях 4. Стратегическое планирование работы транспортных предприятий в системе маркетинга 5. Разработка бизнес-плана транспортного предприятия		
Тема 1.4. Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях	1. Анализ конъюнктуры транспортного рынка 2. Анализ рыночных возможностей транспортных организаций 3. Определение транспортной обеспеченности и доступности 4. Управление качеством транспортного обслуживания 5. Маркетинговые логистические системы на транспорте 6. Разработка и использование новых технологий и видов транспортных услуг 7. Особенности разработки комплекса маркетинга транспортных предприятий	Семинарские занятия: 1. Анализ конъюнктуры транспортного рынка 2. Анализ рыночных возможностей транспортных организаций 3. Определение транспортной обеспеченности и доступности 4. Управление качеством транспортного обслуживания 5. Маркетинговые логистические системы на транспорте 6. Разработка и использование новых технологий и видов транспортных услуг 7. Особенности разработки комплекса маркетинга транспортных предприятий	2	
Раздел 2. Аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания				
Тема 2.1. Сущность и особенности аутсорсинга транспортно-экспедиционного обслуживания	1. Понятие и виды аутсорсинга. 2. Сущность аутсорсинга транспортно-экспедиционного обслуживания 3. Особенности аутсорсинга транспортно-экспедиционного обслуживания	Семинарские занятия: 1. Понятие и виды аутсорсинга. 2. Сущность аутсорсинга транспортно-экспедиционного обслуживания	2	

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских/практических занятий		
			Кол-во часов	
			д	з
1	2	3	4	5
		3. Особенности аутсорсинга транспортно-экспедиционного обслуживания		
Тема 2.2. Система услуг транспортно-аутсорсинга	1. Понятие и сущность транспортного аутсорсинга. 2. Виды услуг транспортно-экспедиционного обслуживания	Семинарские занятия: 1. Понятие и сущность транспортного аутсорсинга. 2. Виды услуг транспортно-экспедиционного обслуживания	2	
Тема 2.3. Основные положения транспортно-экспедиционной деятельности	1. Сущность транспортно-экспедиционного обслуживания 2. Основные требования к выполнению транспортно-экспедиционных услуг.	Семинарские занятия: 1. Сущность транспортно-экспедиционного обслуживания. 2. Основные требования к выполнению транспортно-экспедиционных услуг.	2	
Тема 2.4. Субъекты транспортно-экспедиционного обслуживания	1. Субъекты транспортно-экспедиционного обслуживания. 2. Преимущества и недостатки для субъектов транспортно-экспедиционного обслуживания.	Семинарские занятия: 1. Субъекты транспортно-экспедиционного обслуживания. 2. Преимущества и недостатки для субъектов транспортно-экспедиционного обслуживания.	2	

5. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Меркулова А.В. Конспект лекций по дисциплине «Маркетинг и аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания» для студентов направления подготовки 38.04.02 "Менеджмент" магистерская программа "Логистика"/ А.В. Меркулова; ДонАУ и ГС. – Донецк: ДонАУ и ГС, 2017 г.

2. Маркетинг и аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Логистика») очной/заочной форм(ы) обучения / сост. А. В. Меркулова. – Донецк: ДонАУиГС, 2017. – 14 с.

3. Маркетинг и аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для студентов образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Логистика») очной/заочной форм(ы) обучения / сост. А. В. Меркулова. – Донецк: ДонАУиГС, 2017. – 16 с.

Вопросы для самоподготовки:

1. Обеспечение и правила грузовых перевозок, работа с клиентурой.
2. Оформление грузовых перевозок
3. Лицензирование пассажирских перевозок.
4. Организация перевозки опасных грузов.
5. Организация перевозки негабаритных и тяжеловесных грузов.
6. Меры безопасности при перевозке опасных грузов.
7. Анализ структуры транспортно-экспедиционного обслуживания (виды обслуживаний)
8. Виды обслуживаний. Структура ТЭО.
9. Субъекты транспортно-экспедиционного обслуживания.
10. Основные субъекты транспортно-экспедиционного обслуживания на грузовом транспорте.
11. Система услуг транспортно-экспедиционного обслуживания.
12. Перечень услуг транспортно-экспедиционного обслуживания на грузовом транспорте.
13. Транспортный процесс и транспортно-экспедиционное обслуживание.
14. Значение транспортно-экспедиционного обслуживания в транспортном процессе.
15. Роль ТЭО на грузовом транспорте в общем транспортном процессе.
16. История развития транспортно-экспедиционного обслуживания в России и за рубежом.
17. Международные и национальные ассоциации, регулирующие деятельность экспедиторов и агентов.
18. Основные требования к выполнению транспортно-экспедиционных услуг.
19. Нормативно-правовая база транспортно-экспедиционного обслуживания.
20. Международные транспортные организации и конвенции автомобильного транспорта.
21. Транспортно-экспедиционные операции при отправке груза на автомобильном транспорте.
22. Правовое регулирование международных перевозок грузов автомобильным транспортом.
23. Транспортная документация на автомобильном транспорте.
24. Транспортно-экспедиционное обслуживание контейнерных перевозок грузов.

5.2. Перечень основной учебной литературы

1. Кривов'язюк І.В. Антикризове управління підприємством [текст] : навчальний посібник: рек. М-вом освіти і науки України / І.В.Кривов'язюк; Луцький держ. техн. ун-т; Волинський ін-т економіки та менедж. - К. : Кондор, 2008. - 366 с. – 1 шт.

2. Основы маркетингу [текст] : навчальний посібник: рек. М-вом освіти і науки України / В.Л.Пілюшенко, Н.М.Ткачова, О.Є.Бурцева, Г.А.Радченко; ДонДУУ . – Донецьк : ДонДУУ, 2010 . – 309 с. – 118 шт.

3. Мордовченков Н.В. Формирование и развитие компетенций по транспортно-экспедиционному обслуживанию в условиях рыночной экономики: теория, практика, перспективы [электронный ресурс] : учебное пособие / Н.В. Мордовченков, А.А. Сироткин; Изд-во: [Волжский государственный университет водного транспорта](http://elibrary.ru/item.asp?id=28087114). - Нижний Новгород, 2016 – 160 стр. Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=28087114>

5.3. Перечень дополнительной литературы

1. Маркетинг. Ситуаційні вправи : Навч. посіб. Рек. Мін-ом освіти і науки України / Упоряд. О.І.Сидоренко, П.С.Редько . – К. : Навч.-метод.центр "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2004 . – 504 с.

2. Основы маркетинга =Marketing essenteals [текст] ; пер. с англ. В.Б. Боброва . – М. : Оригинал, 2006 . – 699 с.

3. Маркетинг [Электронный ресурс] : инструменты руководителя / С.В.Потапов,О.В.Ермилова . – М. : Равновесие, 2004 . – 1 электрон.опт.диск (CD-ROM) .

4. Маркетинг [текст] : словарь терминов / Е.П.Голубков . – М. : Дело и Сервис, 2012 . – 320 с.

5. Маркетинг у прикладах і завданнях : навчальний посібник. Рек. Мін-ом освіти і науки України / За ред. С.М.Ілляшенко . – Суми : Університетська книга, 2006 . – 400 с.

6. Журнал Управление компанией [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://zhuk.net/page.php?id=186>

7. Журнал «Маркетинговые коммуникации» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://grebennikon.ru/journal-1.html>

8. Журнал «Новости маркетинга» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://marketingnews.ru/contact/>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

В перечне ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины, указываются сведения об Интернет-ресурсе в виде ссылки. Могут указываться адреса Интернет-сайтов специализированных ведомств, электронных журналов и другой периодики, баз данных и т.п.

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

7.1. Перечень информационных технологий

- использование электронных презентаций;
- видеоматериалов.
- организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, скайпа, вебинаров.

7.2. Перечень программного обеспечения

Для изучения дисциплины необходимо программное обеспечение Microsoft Office

7.3. Перечень информационных справочных систем

Информационные справочные системы не используются

8. Фонд оценочных средств для контроля уровня сформированности компетенций

8.1. Виды промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме устного опроса (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (ответы на вопросы, тестовые задания), включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины в форме зачета, позволяет оценить уровень сформированности компетенций и может осуществляться по результатам текущего контроля и итоговой контрольной работы, тестовых заданий и т.п.

8.2. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины

Средним баллом за дисциплину является средний балл за текущую учебную деятельность.

Механизм конвертации результатов изучения студентом дисциплины в оценки по государственной шкале и шкале ECTS представлен в таблице.

Средний балл по дисциплине (текущая успеваемость)	Отношение полученного студентом среднего балла по дисциплине к максимально возможной величине этого показателя	Оценка по государственной шкале	Оценка по шкале ECTS	Определение
4,5 – 5,0	90% – 100%	5	A	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей (до 10%)
4,0 – 4,49	80% – 89%	4	B	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 20%)
3,75 – 3,99	75% – 79%	4	C	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 25%)
3,25 – 3,74	65% – 74%	3	D	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков (до 35%)
3,0 – 3,24	60% – 64%	3	E	достаточно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии, но со значительным

				количеством недостатков (до 40%)
до 3,0	35% – 59%	2	FX	неудовлетворительно с возможностью повторной сдачи (ошибок свыше 40%)
	0 – 34%	2	F	неудовлетворительно – надо поработать над тем, как получить положительную оценку (ошибок свыше 65%)

8.3. Критерии оценки работы студента

При усвоении каждой темы за текущую учебную деятельность студента выставляются оценки по 5-балльной (государственной) шкале. Оценка за каждое задание в процессе текущей учебной деятельности определяется на основе процентного отношения операций, правильно выполненных студентом во время выполнения задания:

- 90-100% – «5»,
- 75-89% – «4»,
- 60-74% – «3»,
- менее 60% – «2».

Если на занятии студент выполняет несколько заданий, оценка за каждое задание выставляется отдельно.

8.3.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы)

ПРИМЕР ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Маркетинг и аутсорсинг транспортно-экспедиционной деятельности»

1. Самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный предпринимателем или объединением предпринимателей для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг с целью удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли - это:

- а) акционерное общество;
- б) общество с ограниченной ответственностью;
- в) предприятие;
- г) холдинг.

2. Конкуренция – это:

а) экономическое соревнование производителей одинаковых товаров на рынке за привлечение как можно большего числа покупателей и получение благодаря этому максимальной выгоды;

б) состояние рынка, характеризующееся наличием на рынке небольшого числа производителей и большого количества потребителей;

в) расширение производства и понижение цены продукта до уровня, соответствующего издержкам производства;

г) философия, стратегия и тактика проведения и взаимодействия участников рыночных отношений, когда эффективное решение проблем потребителей ведет к рыночному успеху фирм и приносит пользу обществу.

3. Закон спроса представляет собой следующую зависимость:

- а) рост доходов потребителей ведет к тому, что они начинают покупать больше товаров;

- б) превышение предложения над спросом, как правило, ведет к снижению цены на товар;
- в) кривая спроса имеет положительный наклон;
- г) когда цена товара падает, объем планируемых закупок, как правило, растет.
4. Какой фактор, изменяясь, не вызывает сдвига кривой спроса (укажите лишнее):
- а) цена товара;
- б) вкусы и предпочтения потребителей;
- в) размер и распределение национального дохода;
- г) численность или возраст потребителей.
5. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на один из них вызовет:
- а) рост цены на второй товар;
- б) негативную реакцию продавцов второго товара;
- в) рост спроса на второй товар;
- г) падение объема спроса на второй товар.
6. Закон предложения, если цены растут, при прочих неизменных условиях проявляются:
- а) в сокращении спроса;
- б) в росте объема предложения;
- в) в падении объема предложения;
- г) в замедлении роста объема предложения.
7. Чем отличается совершенная конкуренция от несовершенной?
- а) составом стратегий конкуренции;
- б) числом конкурирующих фирм;
- в) степенью напряженности конкурентной борьбы;
- г) возможностью влияния отдельных конкурентов на спрос.
8. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:
- а) выпускаются дифференцированные товары;
- б) на рынке оперирует множество продавцов и покупателей;
- в) выпускаются однородные товары;
- г) рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции ее конкурентов.
9. Жизненный цикл товара – это:
- а) интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара;
- б) совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж;
- в) интервал времени, в котором спрос на сезонный товар проходит, все возможные фазы и возвращается к исходной точке;
- г) процесс развития продаж товара и получения прибылей.
10. Максимальная цена товара определяется:
- а) величиной спроса на товар;
- б) максимальными претензиями на прибыль, существующими в данной отрасли производства;
- в) ценами конкурентов на аналогичный товар;
- г) наивысшим уровнем совокупных издержек.
11. Минимальная цена товара определяется:
- а) емкостью рынка товаров;
- б) уровнем совокупных издержек фирмы;
- в) коэффициентом эластичности спроса;
- г) уровнем переменных издержек.
12. Товар – это:
- а) любой продукт деятельности (включая услуги), предназначенный для реализации;

- б) продукт деятельности, предложенный на рынке для продажи по определенной цене и по этой цене пользующийся спросом как удовлетворяющий потребности;
- в) результат исследований, разработок и производства;
- г) продукт деятельности становится товаром в момент осуществления по его поводу сделки купли-продажи.

13. Вторичные данные – это:

- а) перепроверенная информация;
- б) второстепенная информация;
- в) информация, полученная из посторонних источников;
- г) информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная с другими целями.

14. В каком из перечисленных определений заложена опасность неверного понимания роли маркетинга?

а) Маркетинг - это философия, стратегия и тактика проведения и взаимодействия участников рыночных отношений, когда эффективное решение проблем потребителей ведет к рыночному успеху фирм и приносит пользу обществу.

б) Маркетинг – это система внутрифирменного управления, нацеленная на изучение и учет рыночного спроса, потребностей и требований конкретных потребителей к продукту для более обоснованной ориентации научно-технической и производственно-сбытовой деятельности фирмы с целью обеспечения намеченного фирмой уровня рентабельности.

в) Маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

г) Маркетинг – это предвидение, управление и удовлетворение спроса на товары, услуги, организации, людей, территории и идеи посредством обмена.

15. Инвестиции – это:

а) долгосрочные вложения капитала в предпринимательскую деятельность с целью получения прибыли;

б) периодически осуществляемые долгосрочные вложения капитала для создания основных фондов и объектов социальной инфраструктуры предприятия;

в) общая сумма одноразовых вложений капитала на простое и расширенное создание производственных основных фондов и объектов социальной инфраструктуры;

г) денежные документы, обеспечивающие право владения каким либо имуществом.

16. Что собой представляет прибыль:

а) часть выручки, остающейся после возмещения всех расходов на производственную и коммерческую деятельность предприятия;

б) часть выручки предприятия, полученной от всех видов деятельности, до ее налогообложения и распределения.

в) разница между выручкой и производственными расходами.

г) объем выручки от продажи продукции за минусом переменных расходов.

17. Расходы на оплату услуг связи, канцелярские расходы, командировочные расходы, расходы на оплату коммунальных услуг и т.д.) – это:

а) постоянные расходы фирмы;

б) маркетинговые затраты;

в) переменные расходы фирмы;

г) внереализационные расходы фирмы.

18. Возможность использовать наилучшим образом то, что имеет общество в своем распоряжении для достижения наилучшего результата - это:

а) функциональная скидка;

б) эффективность;

в) целенаправленность;

г) нетарифный барьер.

19. Количество денег, которое платят или получают за товар или услугу – это:
- а) рента;
 - б) процент;
 - в) цена;
 - г) квота.
20. Фондовая биржа:
- а) рынок, на котором продаются и покупают акции;
 - б) государственный институт, который отвечает за предложение денег в стране;
 - в) отделенная производственная единица в экономике;
 - г) группа работников, что объединяется в организацию для защиты своих интересов.
21. Структурная безработица:
- а) безработица, что вызвана изменениями в структуре спроса на потребительские товары и в технологиях производства;
 - б) безработица, связанная с добровольной сменой работниками места работы и временным увольнением;
 - в) процент рабочей силы, для которой нет работы в любой момент времени;
 - г) ситуация в сфере занятости, когда работники, которые согласились бы работать за имеющуюся заработную плату, не могут найти работу.
22. Фрикционная безработица:
- а) безработица, связанная с добровольной сменой работниками места работы и временным увольнением;
 - б) безработица, что вызвана изменениями в структуре спроса на потребительские товары и в технологиях производства;
 - в) процент рабочей силы, для которой нет работы в любой момент времени;
 - г) ситуация в сфере занятости, когда работники, которые согласились бы работать за имеющуюся заработную плату, не могут найти работу.
23. Уровень безработицы:
- а) безработица, что вызвана изменениями в структуре спроса на потребительские товары и в технологиях производства;
 - б) безработица, связанная с добровольной сменой работниками места работы и временным увольнением;
 - в) процент рабочей силы, для которой нет работы в любой момент времени;
 - г) ситуация в сфере занятости, когда работники, которые согласились бы работать за имеющуюся заработную плату, не могут найти работу.
24. Безработица:
- а) ситуация в сфере занятости, когда работники, которые согласились бы работать за имеющуюся заработную плату, не могут найти работу.
 - б) процент рабочей силы, для которой нет работы в любой момент времени;
 - в) безработица, связанная с добровольной сменой работниками места работы и временным увольнением;
 - г) безработица, что вызвана изменениями в структуре спроса на потребительские товары и в технологиях производства;
25. Субсидия:
- а) показатель технологического уровня производства;
 - б) платежи, которые выплачивает правительство семьям и инвалидам;
 - в) общая сумма расходов в экономике на конечные товары или услуги;
 - г) доход, который люди надеются получить в будущем.
26. Потребление:
- а) оценка объема изношенного или использованного капитала;
 - б) товары и услуги, которые непосредственно удовлетворяют потребности человека;

в) деятельность, которая заключается в купле или продаже со следующей перепродажей с целью получения прибыли;

г) совокупность товаров и услуг, которые куплены потребителями.

27. Доход лиц, что обеспечивают национальную экономику земельными ресурсами:

а) рента;

б) аренда;

в) лизинг;

г) франчайзинг.

28. Количество товаров и услуг, которые работник может приобрести за свою номинальную заработную плату:

а) реальный доход;

б) номинальная заработная плата;

в) реальная заработная плата;

г) номинальный доход.

29. Наука, занимающейся изучением отдельных элементов национальной экономики – это:

а) политэкономия;

б) макроэкономика;

в) микроэкономика;

г) статистика.

30. Наука о национальной экономике как единое целое; изучает общий уровень производства, занятости, цен и т. др. – это:

а) социология;

б) макроэкономика;

в) политология;

г) статистика.

ПРИМЕР ЗАДАНИЙ НА СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ

1. Аутсорсинг как способ минимизации затрат
2. Транспортный аутсорсинг.
3. Аутсорсинг маркетинговых услуг.
4. Маркетинг транспортно-экспедиционного обслуживания.
5. Аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания.
6. Регулирование транспортно-экспедиционной деятельности
7. Развитие транспортно-экспедиционного обслуживания в России и за рубежом.
8. Роль ТЭО на грузовом транспорте в общем транспортном процессе.
9. Транспортный процесс и транспортно-экспедиционное обслуживание.
10. Консалтинговые и логистические компании.
11. Формы правовых отношений в транспортной экспедиции.
12. Организация документооборота при перевозке грузов.
13. Особенности документального оформления международных перевозок грузов.
14. Моделирование транспортных сетей и расчет расстояний при грузовых перевозках.
15. Ответственность сторон по транспортному праву.
16. Документация, используемая на автомобильном транспорте.
17. Правила транспортно-экспедиционного обслуживания контейнерных перевозок грузов.
18. Роль транспортно-экспедиционной деятельности при организации пассажирских перевозок

Примерный перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы	Согласно тематики семинарского занятия
2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее	Согласно тематики семинарского занятия
4	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Согласно тематики семинарского занятия
5	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся	Согласно тематики семинарского занятия
6	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий
7	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме	Согласно тематики семинарского занятия

8.3.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности

В процессе изучения учебной дисциплины контролируются и оцениваются преподавателем следующие учебные действия студентов:

- учебные действия по подготовке и осуществлению докладов, рефератов, выступлений на семинарских и практических занятиях;
- учебные действия по решению учебно-профессиональных задач;
- учебные действия по моделированию изучаемых механизмов управления в цепях поставок;
- учебные действия в период проведения тестовых и контрольных заданий;
- учебные действия на экзамене/зачете.

Критерии оценки учебных действий студентов (выступление с докладом, рефератом, по обсуждаемому вопросу) студентов на семинарах.

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	<ul style="list-style-type: none"> - студент глубоко и всесторонне усвоил проблему; - уверенно, логично, последовательно и грамотно ее излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет понятиями логистики распределения.
Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> - студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения; - владеет системой основных понятий логистики аспределения.
Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть студент усвоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет понятием логистики распределения и не имеет четкого представления о процессе построения логистической сети.
Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - студент не усвоил значительной части проблемы; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений; - не владеет понятийным аппаратом и не имеет представления о логистике распределения.

Критерии оценки учебных действий студентов по решению задач

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	студент самостоятельно и правильно построил модель изучаемого предмета, уверенно и аргументировано обосновывал ее, используя понятия логистики распределения и процесса построения логистической сети
Хорошо	студент самостоятельно и в основном правильно построил модель изучаемого предмета, уверенно и аргументировано обосновывал

	ее, используя понятия логистики распределения и процесса построения логистической сети
Удовлетворительно	студент в основном правильно построил модель изучаемого предмета, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, используя общие понятия логистики распределения
Неудовлетворительно	студент не построил модель изучаемого предмета.

Если текущий контроль по учебной дисциплине проводится с использованием предметно-ориентированного теста, то критерии оценки знаний, навыков, умений студентов установлены следующие:

- если студент выполняет правильно до 50% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «неудовлетворительно»;
- если студент выполняет правильно 51-75% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «удовлетворительно»;
- если студент выполняет правильно 76-85 % тестовых заданий, то ему выставляется оценка «хорошо»;
- если студент выполняет правильно 86-100 % тестовых заданий, то ему выставляется оценка «отлично».

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

1. Работать над конспектом после лекции

Какими бы замечательными качествами в области методики ни обладал лектор, какое бы большое значение на занятиях ни уделял лекции слушатель, глубокое понимание материала достигается только путем самостоятельной работы над ним.

Самостоятельную работу следует начинать с доработки конспекта, желательно в тот же день, пока время не стерло содержание лекции из памяти (через 10 ч после лекции в памяти остается не более 30-40 % материала).

С целью доработки необходимо, в первую очередь, прочитать записи, восстановить текст в памяти, а также исправить описки, расшифровать не принятые ранее сокращения, заполнить пропущенные места, понять текст, вникнуть в его смысл. Далее прочитать материал по рекомендуемой литературе, разрешая в ходе чтения, возникшие ранее затруднения, вопросы, а также дополнения и исправляя свои записи. Записи должны быть наглядными, для чего следует применять различные способы выделений. В ходе доработки конспекта углубляются, расширяются и закрепляются знания, а также дополняется, исправляется и совершенствуется конспект.

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используется при подготовке к практическому занятию. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений и формул, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы, предложенные в конце лекции преподавателем или помещенные в рекомендуемой литературе. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

Непременным условием глубокого усвоения учебного материала является знание основ, на которых строится изложение материала. Обычно преподаватель напоминает, какой ранее изученный материал и в какой степени требуется подготовить к очередному занятию. Эта рекомендация, как и требование систематической и серьезной работы над всем лекционным курсом, подлежит безусловному выполнению. Потери логической связи как внутри темы, так и между ними приводит к негативным последствиям: материал учебной дисциплины перестает основательно восприниматься, а творческий труд подменяется утомленным переписыванием. Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому

материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний. Очень полезным, но, к сожалению, еще мало используемым в практике самостоятельной работы, является предварительное ознакомление с учебным материалом. Даже краткое, беглое знакомство с материалом очередной лекции дает многое. Студенты получают общее представление о ее содержании и структуре, о главных и второстепенных вопросах, о терминах и определениях. Все это облегчает работу на лекции и делает ее целеустремленной.

2. Подготовка к семинару

Студент должен четко уяснить, что именно с лекции начинается его подготовка к практическому занятию. Вместе с тем, лекция лишь организует мыслительную деятельность, но не обеспечивает глубину усвоения программного материала.

При подготовке к семинару можно выделить 2 этапа:

1-й - организационный,

2-й - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (перечня основных пунктов) по изучаемому материалу (вопросу). Такой план позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к семинару рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале семинара студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные явления и факты. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для решения практических задач.

3. Как работать с рекомендованной литературой

Успех в процессе самостоятельной работы, самостоятельного чтения литературы во многом зависит от умения правильно работать с книгой, работать над текстом.

Опыт показывает, что при работе с текстом целесообразно придерживаться такой

последовательности. Сначала прочитать весь заданный текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного) материале. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др.

Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

4. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов (СРС) под руководством преподавателя является составной частью «самостоятельная работа студентов», принятого в высшей школе. СРС под руководством преподавателя представляет собой вид занятий, в ходе которых студент, руководствуясь методической и специальной литературой, а также указаниями преподавателя, самостоятельно выполняет учебное задание, приобретая и совершенствуя при этом знания, умения и навыки практической деятельности. При этом взаимодействие студента и преподавателя приобретает вид сотрудничества: студент получает непосредственные указания преподавателя об организации своей самостоятельной деятельности, а преподаватель выполняет функцию руководства через консультации и контроль.

Познавательная деятельность студентов при выполнении самостоятельных работ данного вида заключается в накоплении нового для них опыта деятельности на базе усвоенного ранее формализованного опыта (опыта действий по известному алгоритму) путем осуществления переноса знаний, умений и навыков. Суть заданий работ этого вида сводится к поиску, формулированию и реализации идей решения. Это выходит за пределы прошлого формализованного опыта и в реальном процессе мышления требует от обучаемых варьирования условий задания и усвоенной ранее учебной информации, рассмотрения ее под новым углом зрения. В связи с этим самостоятельная работа данного вида должна выдвигать требования анализа незнакомых студентом ситуаций и генерирования новой информации для выполнения задания. В практике вузовского

обучения в качестве самостоятельной работы чаще всего используются домашние задания, отдельные этапы лабораторных и семинарско-практических занятий, написание рефератов, курсовое и дипломное проектирование.

5. Методические рекомендации студентам по подготовке к выполнению контрольных работ

Контрольная работа включает серию задач, сформулированных преподавателем. Задачи по своему содержанию соответствуют изученной студентами части предмета. К контрольной работе студенты готовятся путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений студентами отдельных домашних заданий. Однако каждый студент должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

6. Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету/экзамену

При подготовке к зачету/экзамену студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контрольную работу, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на зачет.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для поддержки учебного процесса изучения дисциплины «Маркетинг и аутсорсинг экспортно-экспедиционного обслуживания» предполагается использование компьютерного учебно-методического фонда ДонАУиГС, содержащего:

- путеводители по ресурсам Internet (базы данных; программы и данные, хранящиеся на файловых серверах; тематические телеконференции; электронные журналы; библиотечные системы), связанные с изучаемой дисциплиной и позволяющим оперативно находить и обрабатывать информацию по конкретному направлению;
- программные обучающие комплексы, ориентированные на использование при очном образовании, представляющие собой совокупность электронных учебников, лабораторных практикумов и практических занятий с дистанционным контролем знаний на основе информационных технологий.

В целях обеспечения проведения лекционных и практических занятий по дисциплине «Маркетинг и аутсорсинг экспортно-экспедиционного обслуживания» с использованием интерактивных технологий, также будет задействовано имеющееся в распоряжении ДонАУиГС компьютерное оборудование с установленным лицензионным программным обеспечением.

- Лазерный проектор
- Системный блок
- Экран
- Программное обеспечение: Microsoft Power Point.

**СВЕДЕНИЯ О ДОПОЛНЕНИИ И ИЗМЕНЕНИИ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
НА 2015/2016 УЧЕБНЫЙ ГОД**

Метрология, стандартизация и сертификация

дисциплина

[Код и наименование направления подготовки/специальности/профиль]

направление подготовки/специальность

ДОПОЛНЕНО (с указанием раздела РПУД)

ИЗМЕНЕНО (с указанием раздела РПУД)

УДАЛЕНО (с указанием раздела РПУД)

Реквизиты протокола заседания кафедры от _____ № _____ дата

Общие рекомендации по оформлению рабочей программы учебной дисциплины

РПУД оформляется с использованием средств, которые предоставляются текстовым процессором MS Word (различными версиями) и распечатывается на принтере с хорошим качеством печати.

Оформление текста РПУД: текст должен располагаться на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм), иметь книжную ориентацию для основного текста, и альбомную, если это необходимо для размещения схем, рисунков, таблиц, иллюстраций и др. Для страниц с книжной ориентацией рекомендуется устанавливать следующие размеры полей: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см правое – 1,5 см.

Для ввода (и форматирования) текста используются: шрифт – Times New Roman, размер – 12 пт, междустрочный интервал – одинарный, способ выравнивания – по ширине для основного текста. Кавычки в тексте оформляются единообразно (либо « », либо “”).

Инициалы нельзя отрывать от фамилии и всегда следует размещать перед фамилией, а не наоборот (исключением являются библиографические списки, внутритекстовые и подстрочные примечания, в которых инициалы ставятся всегда после фамилии).

Нумерация страниц: все страницы РПУД нумеруются по порядку от титульного листа до последней страницы без пропусков, повторений. Первой страницей является титульный лист, номер страницы на нем не ставится. Порядковый номер страницы следует проставлять арабскими цифрами в середине верхнего края страницы.