

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костровец Лариса Борисовна  
Должность: директор  
Дата подписания: 16.05.2026 13:18:02  
Уникальный программный ключ:  
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

*Приложение 4*  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.О.02 Методы исследования в менеджменте и логистике**

---

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

---

38.04.02 Менеджмент

---

(код, наименование направления подготовки/специальности)

---

Логистика

---

(наименование образовательной программы)

---

очная форма обучения

---

(форма обучения)

Год набора – 2026  
Донецк

**Автор-составитель РПД:**

*Юрманова Елена Александровна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики*

**Заведующий кафедрой:**

*Попова Татьяна Александровна, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики*

Рабочая программа дисциплины «Методы исследования в менеджменте и логистике» одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого филиала РАНХиГС

Протокол № 6 от «03» марта 2026 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Дисциплина «Методы исследования в менеджменте и логистике» обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций\*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции **	Наименование компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
<p>D/01.7 Разработка стратегии развития операционного направления логистической деятельности компании в области управления перевозками грузов в цепи поставок</p> <p>40.049 «Специалист по логистике на транспорте» (утверждён приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 сентября 2014 года №616н.)</p>	ОПК-5	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-5.1	<p>Обосновывает актуальность и практическую значимость тематики исследования на основе обобщения, анализа и критической оценки результатов научных исследований отечественных и зарубежных авторов в менеджменте и смежных областях</p>	<p>ОПК-5.1. 3-1. <b>Знает</b> методы обобщения, анализа и критической оценки научных исследований в менеджменте и смежных областях для обоснования актуальности и практической значимости маркетинговых исследований.</p> <p>ОПК-5.1. У-1. <b>Умеет</b> применять инструментарий дисциплины для обоснования актуальности и практической значимости тематики исследования на основе анализа отечественных и зарубежных научных источников</p>
			ОПК-5.2	<p>Самостоятельно анализирует современные процессы в экономике и управлении с учетом последних прорывных направлений в менеджменте и смежных областях</p>	<p>ОПК-5.2. 3-1. <b>Знает</b> современные процессы в экономике и управлении, а также последние прорывные направления в менеджменте и смежных областях, подлежащие анализу в рамках маркетинговых исследований.</p>

					ОПК-5.2. У-1. <b>Умеет</b> самостоятельно применять методы исследования в маркетинге для анализа современных процессов с учетом передовых тенденций в менеджменте и смежных дисциплинах
			ОПК-5.3	Выполняет научно-исследовательские работы и проекты в менеджменте	ОПК-5.3. 3-1. <b>Знает</b> методологию и инструментарий выполнения научно-исследовательских работ и проектов в сфере маркетинга.  ОПК-5.3. У-1. <b>Умеет</b> применять методы исследования в маркетинге для выполнения научно-исследовательских работ и проектов в области менеджмента.

## 2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины: 3,0 з. е., 108 академических часов

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 28 академических часов на контактную работу с преподавателем, из них 8 академических часов на лекции и 16 академических часов на практические занятия, 80 академических часов на самостоятельную работу обучающихся. Контактная работа на аттестацию в период экзаменационной сессии – 4 академических часов.

Б1.О.02 Методы исследования в менеджменте и логистике реализуется в 1-м семестре 1-го курса при одновременном изучении дисциплин:

- «Теория организаций и организационное поведение»;
- «Современный стратегический анализ»;
- «Управленческая экономика и аналитика».

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	Объем дисциплины, акад. ч											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)							
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Катт эк	Контроль	СРкр		
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ											
<b>Раздел 1</b>	<b>Теоретико-методологические основы исследований в менеджменте и логистике</b>													
Тема 1.1.	Роль исследования в развитии управления и логистики. Методология исследования управленческих и логистических ситуаций					-							12	устный опрос, тестирование, презентация
Тема 1.2	Системный анализ и общенаучные методы исследований в менеджменте и логистике					-							11	устный опрос, тестирование, презентация
Тема 1.3	Методологические положения					2							11	устный опрос, тестирование,



Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видеолекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ)

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

### *3.2. Содержание дисциплины*

#### **Раздел 1. Теоретико-методологические основы исследований в менеджменте и логистике**

##### **Тема 1.1. Роль исследования в развитии управления и логистики. Методология исследования управленческих и логистических ситуаций**

Понятие, сущность и значение исследования в менеджменте и логистике.

Классификация исследований: фундаментальные, прикладные, стратегические, оперативные.

Влияние научных исследований на эффективность управления и логистики.

Основные этапы научного исследования: постановка проблемы, формулировка гипотез, сбор и анализ данных, интерпретация результатов.

Принципы методологии: объективность, системность, воспроизводимость, доказательность.

Специфика исследования управленческих и логистических ситуаций в современных условиях.

Примеры успешных исследований в менеджменте и логистике.

##### **Тема 1.2. Системный анализ и общенаучные методы исследований в менеджменте и логистике**

Сущность системного подхода и его значение для исследования организаций и логистических систем. Классификация систем: открытые, закрытые, сложные, простые.

Общенаучные методы: наблюдение, сравнение, измерение, эксперимент, анализ и синтез. Моделирование как инструмент исследования: виды моделей, этапы построения.

Применение системного анализа для выявления проблемных зон в управлении и логистике. Методы структурного и функционального анализа.

Примеры использования системного анализа и общенаучных методов на практике.

##### **Тема 1.3. Методологические положения исследования систем управления и логистики. Диагностика систем управления и логистики**

Понятие системы управления и логистической системы: структура, функции, элементы.

Цели и задачи диагностики систем управления и логистики.

Методы диагностики: анализ документации, интервьюирование, анкетирование, наблюдение. Инструменты выявления «узких мест» и резервов развития. Оценка эффективности функционирования систем управления и логистики.

Разработка рекомендаций по совершенствованию систем на основе диагностики. Практические примеры диагностики в российских и зарубежных компаниях.

## **Тема 1.4. Информационное обеспечение исследований в менеджменте и логистике**

Роль информации в принятии управленческих и логистических решений. Классификация информации: внутренняя, внешняя, оперативная, стратегическая.

Источники информации: документы, базы данных, экспертные оценки, интернет-ресурсы.

Методы сбора, обработки и анализа информации: статистические, аналитические, визуализация данных.

Информационные системы и технологии в исследовании менеджмента и логистики (ERP, WMS, TMS).

Проблемы достоверности и защиты информации при проведении исследований.

Примеры использования информационных технологий для повышения эффективности исследований.

## **Раздел 2. Конкретные (специфические) методы исследований в менеджменте и логистике**

### **Тема 2.1. Документальные и социологические методы исследования в менеджменте и логистике**

Виды документов: нормативные, организационные, отчётные, аналитические. Методы анализа документов: контент-анализ, сравнительный анализ, классификация.

Социологические методы: анкетирование, интервьюирование, наблюдение, фокус-группы. Организация социологических исследований: разработка инструментария, выборка, проведение опроса.

Применение документальных и социологических методов для изучения организационной культуры. Использование этих методов для анализа мотивации и удовлетворённости персонала и клиентов.

### **Тема 2.2. Методы экспертных оценок в управлении и логистике**

Сущность экспертных методов и их роль в условиях неопределённости. Виды экспертных методов: метод Дельфи, мозговой штурм, ранжирование, парные сравнения.

Организация экспертных опросов: подбор экспертов, формулировка вопросов, проведение опроса.

Методы обработки результатов экспертных оценок: статистические методы, агрегирование мнений. Применение экспертных методов для прогнозирования развития рынка и отрасли.

### **Тема 2.3. Методы исследования операций в менеджменте и логистике**

Основные понятия исследования операций: оптимизация, моделирование, принятие решений. Классификация методов исследования операций: аналитические, численные, имитационные. Методы линейного

программирования: постановка задач, графический метод, симплекс-метод. Сетевое планирование: построение сетевых моделей (PERT/CPM), расчёт критического пути. Теория игр: основные понятия, применение для анализа конкурентных ситуаций. Имитационное моделирование: этапы построения имитационных моделей. Примеры решения задач по оптимизации запасов, маршрутов, распределения ресурсов.

## **Тема 2.4. Методы маркетинговых исследований в принятии управленческих решений**

Цели, задачи и этапы маркетинговых исследований. Классификация маркетинговых исследований: разведочные, описательные, каузальные. Количественные методы: опросы (личные, телефонные, онлайн), эксперименты. Качественные методы: глубинные интервью, фокус-группы, проективные техники. Анализ рынка: сегментация рынка, анализ конкурентов, оценка спроса. Использование результатов маркетинговых исследований для разработки стратегий управления. Практические примеры маркетинговых исследований в сфере логистики.

### *4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания*

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.02 Методы исследования в маркетинге входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа – это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

#### 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

Тип задания	Инструкция	Сценарии выполнения	Критерии оценивания
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В)</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</li> <li>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</li> <li>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4)</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</li> <li>3. Выбрать несколько правильных ответов.</li> <li>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г)</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</li> <li>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БА или 135)</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</li> <li>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования)</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</li> <li>2. Продумать логику и полноту ответа.</li> <li>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</li> <li>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</li> </ol>	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие фактических ошибок.</li> <li>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</li> <li>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</li> <li>4. Логическая последовательность излагаемого материала</li> </ol>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС Донецкого филиала РАНХиГС.

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74	Удовлетворительно		B	P/ Passed
60-69			E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.02 Методы исследования в менеджменте и логистике используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

опрос, тестирование, выполнение ситуационных заданий, разноуровневые задания, контроль знаний по разделу (контрольная точка)

#### Распределение баллов по видам учебной деятельности БРС

Наименование Раздела/Темы	Вид задания				
	УО	ТЗ	ПЗ	РЗ	КЗР(КТ)
P.1.Т.1.1	3	3	3	1	10
P.1.Т.1.2	3	3	3	1	
P.1.Т.1.3	3	3	3	1	
P.1.Т.1.4	3	3	3	1	
P.2.Т.2.1	3	3	3	1	10
P.2.Т.2.2	3	3	3	1	
P.2.Т.2.3	3	3	3	1	
P.2.Т.2.4	3	3	3	1	
Итого: 100 б	24	24	24	8	20

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовые задания;

ПЗ – практические (ситуационные) задания;

РЗ – разноуровневые задания (ТС – терминологический словарь, ПР – презентации; С-К – логические схем-конспекты);

КЗР (КТ) – контроль знаний по разделу (контрольная точка).

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

*Вопросы для подготовки к устному / письменному (в рамках контроля знаний по разделу, контрольной точки) опросу по темам дисциплины*

<i>Контролируемые разделы (темы) дисциплины</i>	<i>Вопросы для подготовки к устному / письменному (в рамках контроля знаний) опросу по темам дисциплины</i>
<b>Раздел 1. Теоретико-методологические основы исследований в менеджменте и логистике</b>	
<p>Тема 1.1. Роль исследования в развитии управления и логистики. Методология исследования управленческих и логистических ситуаций</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. В чем заключается ключевое отличие фундаментального исследования от прикладного в контексте менеджмента и логистики?</li> <li>2. Опишите диалектический подход к исследованию. Как он помогает выявить противоречия в логистической системе?</li> <li>3. Что такое «проблема» и «гипотеза» в исследовании? Приведите пример гипотезы для анализа причин задержек поставок.</li> <li>4. Почему формулировка проблемы считается самым важным и сложным этапом любого исследования?</li> <li>5. Объясните принцип системности при анализе цепи поставок. Почему нельзя рассматривать склад в отрыве от транспорта и производства?</li> <li>6. Как этические нормы (например, объективность) должны соблюдаться при проведении внутреннего аудита логистических процессов?</li> <li>7. В чем разница между научным подходом к принятию решений и интуитивным? Может ли менеджер-логист принимать решения только на основе интуиции?</li> <li>8. Что означает термин «исследование ради исследования»? К каким негативным последствиям это ведет в логистике?</li> <li>9. Опишите этапы научного исследования в их строгой последовательности.</li> <li>10. Как конфликт интересов (например, между отделом закупок и складом) может повлиять на валидность результатов внутреннего исследования?</li> <li>11. В чем заключается принцип экономичности при планировании исследовательского проекта в логистике?</li> <li>12. Какова роль исследователя: он должен быть «нейтральным наблюдателем» или «консультантом», предлагающим решения?</li> <li>13. Что такое объект и предмет исследования? Приведите пример для темы «Оптимизация складских процессов».</li> <li>14. Как формулировка цели исследования влияет на выбор методов сбора данных (например, качественные или количественные)?</li> <li>15. Почему для исследования логистических систем важно учитывать их динамический характер (постоянные изменения)?</li> </ol>

<p>Тема 1.2. Системный анализ и общенаучные методы исследований в менеджменте логистике</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Каковы основные ограничения классического SWOT-анализа при его применении к сложной логистической сети?</li> <li>2. Объясните фундаментальное различие между корреляцией и причинно-следственной связью на примере: «Рост затрат на топливо коррелирует с ростом цен на конечную продукцию».</li> <li>3. Опишите структуру PEST-анализа. Какой фактор (P, E, S, T) вы считаете наиболее критичным для рынка международных перевозок сегодня?</li> <li>4. Что такое моделирование в исследованиях? Приведите пример простой концептуальной модели процесса «отгрузка товара».</li> <li>5. Как матрица БКГ (Бостонской консалтинговой группы) может быть адаптирована для анализа продуктового портфеля логистического оператора (например, услуги ж/д, авто, авиа доставки)?</li> <li>6. Опишите процесс синтеза данных при объединении результатов качественного (интервью с водителями) и количественного (статистика доставок) анализа.</li> <li>7. Что такое бенчмаркинг и как он связан с системным анализом конкурентоспособности логистической компании?</li> <li>8. Как матрица Ансоффа помогает в стратегическом планировании развития логистической компании (например, выход на новые рынки с существующими услугами)?</li> <li>9. В чем заключается проблема субъективности при проведении SWOT-анализа внутри компании? Как ее минимизировать?</li> <li>10. Как сценарное планирование помогает снизить риски при запуске нового магистрального маршрута доставки?</li> <li>11. Объясните метод абстрагирования на примере анализа потребительского поведения при выборе службы доставки.</li> <li>12. Как общенаучный метод индукции применяется при анализе причин брака на складе на основе изучения отдельных случаев?</li> <li>13. Какова роль дедукции при проверке гипотез, выдвинутых на этапе качественного анализа жалоб клиентов?</li> <li>14. Как визуализация данных (карты потоков, диаграммы Исикавы) способствует системному пониманию проблем в цепи поставок?</li> <li>15. Почему для современного менеджера по логистике важно понимать методологию анализа, а не только уметь пользоваться готовыми шаблонами (матрицами)?</li> </ol>
---	---

<p>Тема 1.3. Методологические положения исследования систем управления и логистики. Диагностика систем управления и логистики</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дайте определение понятию «логистическая система». Из каких функциональных областей она состоит?</li> <li>2. В чем заключаются основные цели диагностики системы управления цепями поставок (SCM)?</li> <li>3. Опишите метод диагностики «анализ документации» применительно к проверке эффективности работы склада.</li> <li>4. Чем глубинное интервью с начальником смены склада отличается от массового анкетирования кладовщиков?</li> <li>5. Что такое «узкое место» (bottleneck) в логистической системе? Приведите пример.</li> <li>6. Какие количественные показатели (KPI) используются для оценки эффективности функционирования транспортной подсистемы?</li> <li>7. Опишите метод наблюдения как инструмент диагностики безопасности на складе.</li> <li>8. Как оценка эффективности функционирования системы связана с понятием «сбалансированная система показателей» (BSC)?</li> <li>9. На основе каких данных разрабатываются рекомендации по совершенствованию логистической системы после диагностики?</li> <li>10. Приведите пример успешной диагностики и оптимизации процесса «последняя миля» в доставке интернет-заказов.</li> <li>11. В чем разница между диагностикой «как есть» (as-is) и моделированием «как должно быть» (to-be)?</li> <li>12. Какие риски существуют при проведении диагностики, если ее проводит внешний консультант без вовлечения персонала компании?</li> <li>13. Как методы диагностики помогают выявить скрытые издержки в логистике (например, из-за неоптимального размещения грузов)?</li> <li>14. Почему диагностика информационных потоков в логистике (EDI, WMS) является критически важной для общей эффективности?</li> <li>15. Как часто необходимо проводить диагностику ключевых логистических процессов, чтобы поддерживать их эффективность?</li> </ol>
---	---

Тема 1.4.  
Информационное  
обеспечение  
исследований в  
менеджменте и  
логистике

1. Объясните роль информации как ключевого ресурса в управлении цепями поставок.
2. Проведите классификацию информации на внутреннюю и внешнюю с примерами для отдела закупок.
3. Что такое оперативная информация в логистике? Приведите пример (данные GPS-трекера).
4. Что такое стратегическая информация в менеджменте? Приведите пример (отчет о доле рынка за 5 лет).
5. Назовите три основных источника вторичной информации (desk research) для анализа рынка транспортных услуг.
6. В чем заключается главная проблема использования вторичных данных («мусор на входе — мусор на выходе») в логистических исследованиях?
7. Опишите методы сбора первичной информации через опросы поставщиков.
8. Что такое Big Data в логистике? Приведите примеры источников (данные с GPS, RFID, сенсоров).
9. Какие статистические методы используются для анализа данных о времени доставки для выявления аномалий?
10. Объясните, как визуализация данных (тепловые карты, графики) помогает менеджеру принимать решения по размещению складов.
11. Назовите три основные информационные системы, используемые в современной логистике (ERP, WMS, TMS), и кратко опишите их функции.
12. Какие проблемы достоверности информации возникают при сборе данных вручную на складе по сравнению с автоматизированным сбором через WMS?
13. Какие юридические и этические аспекты необходимо учитывать при сборе данных о перемещении транспорта конкурентов через открытые источники?
14. Как методы защиты информации (шифрование, доступ) влияют на достоверность результатов внутреннего аудита логистики?
15. Опишите процесс превращения «сырых» данных из ERP-системы в полезную информацию для принятия управленческого решения.

## Конкретные (специфические) методы исследований в менеджменте и логистике

Тема  
Документальные  
социологические  
методы  
исследования  
менеджменте  
логистике

2.1.  
и  
в  
и

1. Что такое контент-анализ документов? Опишите его основные этапы применительно к анализу договоров с перевозчиками.
2. В чем заключается главная проблема субъективности контент-анализа и как ее решают при кодировании текстов претензий клиентов?
3. Чем включенное наблюдение отличается от невключенного? Какой вид вы бы выбрали для изучения процесса комплектации заказов на складе и почему?
4. Что такое «эффект Хоторна» и как он может исказить результаты наблюдения за работой грузчиков?
5. Объясните суть метода социометрии. Где в управлении персоналом склада он может применяться (например, выявление неформальных лидеров)?
6. Что такое вторичные данные (desk research)? Назовите три источника для анализа рынка складской недвижимости.
7. В чем главная проблема использования вторичных данных («мусор на входе — мусор на выходе») при оценке емкости рынка автоперевозок?
8. Как text mining (анализ текстов) отзывов водителей о дорогах отличается от классического контент-анализа отчетов о ДТП?
9. Опишите методику проведения этнографического исследования потребительского опыта получения посылки в пункте выдачи заказов.
10. Какие юридические ограничения существуют при сборе данных о тарифах конкурентов с их сайтов (парсинг)?
11. Как наблюдение за процессом приемки товара (shop-along для B2B) помогает понять причины расхождений в документах?
12. В чем разница между анализом тональности (sentiment analysis) отзывов о курьере с помощью нейросетей и ручным кодированием анкет обратной связи?
13. Как контент-анализ СМИ помогает оценить PR-активность конкурирующей логистической компании после аварии с ее транспортом?
14. Почему данные наблюдений за очередями на складе требуют дополнения данными опросов сотрудников о причинах задержек?

<p>Тема 2.2. Методы экспертных оценок в управлении и логистике</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Опишите процедуру метода Дельфи.</li> <li>2. В чем главное преимущество анонимности в методе Дельфи по сравнению с очным совещанием логистов и аналитиков?</li> <li>3. Что такое коэффициент конкордации и для чего он используется в экспертных оценках?</li> <li>4. Назовите основные критерии отбора экспертов для участия в исследовании.</li> <li>5. Опишите технику проведения мозгового штурма (Brainstorming).</li> <li>6. В чем заключается проблема конформизма при работе с экспертными группами и как ее преодолеть?</li> <li>7. Что такое сценарный анализ? Какова его цель в стратегическом маркетинге?</li> <li>8. Почему экспертные оценки считаются субъективными методом? В каких случаях они незаменимы?</li> <li>9. Как формализовать качественные мнения экспертов с помощью шкал (например, шкалы Лайкерта)?</li> <li>10. Опишите процесс интеграции экспертных прогнозов с количественными данными.</li> <li>11. Какие методы используются для оценки компетентности эксперта перед началом опроса?</li> <li>12. В чем разница между методом номинальных групп и обычным мозговым штурмом?</li> <li>13. Почему прогнозы экспертов о развитии новых технологий часто бывают ошибочными (ошибка планирования)?</li> <li>14. Опишите технику проведения мозгового штурма для решения проблемы «оптимизации маршрутов доставки в центре города».</li> <li>15. Почему экспертные оценки считаются субъективным методом? В каких случаях они незаменимы в логистике (например, оценка репутации нового партнера)?</li> <li>16. Какие методы используются для оценки компетентности эксперта перед началом опроса о качестве сервиса новой линии доставки?</li> </ol>
<p>Тема 2.3. Методы исследования операций в менеджменте и логистике</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дайте определение понятию «исследование операций» (OR). Какова его главная цель в менеджменте и логистике?</li> <li>2. Что такое оптимизация в контексте управления запасами? Приведите пример целевой функции.</li> <li>3. Опишите постановку транспортной задачи линейного программирования как модели оптимизации доставки.</li> <li>4. В чем разница между аналитическими и имитационными методами решения задач OR? Когда применение имитации (AnyLogic, Simul8) предпочтительнее формул?</li> <li>5. Что такое критический путь (Critical Path) в сетевой модели проекта? Для чего используется метод СРМ при строительстве нового распределительного центра?</li> <li>6. Объясните, как теория игр может применяться для анализа взаимодействия ритейлера и поставщика при переговорах о цене и сроках поставки.</li> <li>7. Опишите этапы построения имитационной модели работы склада для оценки влияния увеличения потока заказов в «черную пятницу».</li> <li>8. Что такое целочисленное программирование и где оно применяется в логистике (например, задача о выборе оптимального количества и типа транспорта)?</li> <li>9. Какие предпосылки должны быть соблюдены для корректного применения методов линейного программирования к реальным данным логистики?</li> <li>10. Чем динамическое программирование отличается от линейного и где оно применяется (например, задача об управлении запасами с учетом дискретности поставок)?</li> </ol>

<p>Тема 2.4. Методы маркетинговых исследований в принятии управленческих решений</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Как результаты маркетингового исследования интегрируются в стратегическое планирование компании? Приведите пример.</li> <li>2. Опишите роль Concept Test (тестирования концепции) в процессе разработки нового продукта (NPD). Какие решения принимаются на основе его результатов?</li> <li>3. Какие методы используются для тестирования цены продукта до его вывода на рынок (например, модель Ван Вестендорпа)? В чем их суть?</li> <li>4. Что такое Ad Tracking (трекинг рекламы)? Какие ключевые метрики (KPI) он обычно включает и как они влияют на решения по оптимизации рекламной кампании?</li> <li>5. Объясните разницу между удовлетворенностью клиента (CSAT) и лояльностью клиента. Какое из этих измерений важнее для долгосрочного успеха бизнеса и почему?</li> <li>6. Для чего используется индекс NPS (Net Promoter Score)? Каковы его основные ограничения как единственного показателя при принятии управленческих решений?</li> <li>7. Как маркетинговые исследования помогают решить проблему «каннибализации» продаж при запуске нового продукта в рамках существующего бренда?</li> <li>8. Опишите роль исследований в процессе позиционирования бренда. Как данные исследований трансформируются в УТП (уникальное торговое предложение)?</li> <li>9. Что такое концепция «Jobs-to-be-done» («Работа, которая должна быть сделана»)? Как этот подход меняет фокус исследования продукта и влияет на управленческие решения?</li> <li>10. Как трекинговые исследования (Brand Health Tracking) помогают управлять брендом в долгосрочной перспективе и принимать тактические решения?</li> <li>11. В чем разница между тестированием продукта в формате «вслепую» (Blind Test) и «брендированном» формате? Каковы цели каждого из них для маркетолога?</li> <li>12. Опишите, как маркетинговые исследования используются для принятия решений по управлению продуктовым портфелем (например, решение о выводе продукта с рынка или его репозиционировании).</li> <li>13. Что такое атрибуция в маркетинге и как исследования (например, эксперименты) помогают решить проблему определения вклада разных каналов коммуникации в итоговую продажу?</li> <li>14. Как данные о сегментации рынка, полученные в ходе исследований, влияют на решения по ценообразованию и каналам дистрибуции?</li> <li>15. Представьте, что исследование показало: целевая аудитория считает упаковку вашего продукта неэкологичной. Опишите цепочку управленческих решений, которые должны последовать за этим выводом.</li> </ol>
--	---

## Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
3	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных правовых понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно, правильно с точки зрения норм литературного языка. Присутствует полное правовое обоснование с опорой на юридические нормы и нормативное правовое законодательство
2	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого. Присутствует полное правовое обоснование с опорой на юридические нормы и нормативное правовое законодательство
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении правовых понятий или формулировке правовых норм; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения, опираясь на нормативные правовые источники; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке правовых определений и юридических норм, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал

0\* – в журнал академической группы не выставляется

### *Типовые практические задания (ситуации)*

## **Раздел 1. Теоретико-методологические основы исследований в менеджменте и логистике**

### **Тема 1.1. Роль исследования в развитии управления и логистики. Методология исследования управленческих и логистических ситуаций**

#### Задание 1. Снижение мотивации сотрудников

В компании за последний год резко снизилась мотивация сотрудников, что привело к падению производительности и росту текучести кадров. Руководство не понимает причин и не знает, какие меры предпринять.

*Предложите методологию исследования для выявления причин снижения мотивации и разработки управленческих решений.*

#### Задание 2. Выбор стратегии развития

Руководство компании рассматривает два варианта развития: выход на новый рынок или модернизация существующего продукта. Нет уверенности, какой путь принесёт больше прибыли.

*Опишите, как исследование поможет принять обоснованное управленческое решение.*

#### Задание 3. Конфликт между отделами

Между отделом продаж и производственным отделом постоянно возникают конфликты из-за срывов сроков и качества продукции. Руководство не может найти корень проблемы.

*Предложите методологию исследования для диагностики причин конфликта и его разрешения.*

#### Задание 4. Внедрение новой IT-системы

Компания внедряет новую CRM-систему, но сотрудники саботируют её использование, продолжая работать «по старинке».

*Как исследование поможет понять причины сопротивления и обеспечить успешное внедрение?*

## **Тема 1.2. Системный анализ и общенаучные методы исследований в менеджменте и логистике**

Задание 1. Снижение эффективности логистической цепи

Крупная торговая сеть сталкивается с ростом затрат на логистику и увеличением сроков доставки товаров в магазины. Руководство подозревает, что проблема кроется в неэффективной организации процесса, но не может точно определить «узкое место».

*Предложите план исследования с использованием системного анализа и общенаучных методов для диагностики проблемы.*

Задание 2. Выбор IT-решения для автоматизации

Руководство компании стоит перед выбором: разработать собственное программное обеспечение для управления проектами или купить готовое решение на рынке. Решение должно быть экономически оправданным.

*Опишите, как системный подход и методы научного исследования помогут принять верное управленческое решение.*

Задание 3. Конфликт целей между отделами

Отдел маркетинга запускает масштабную рекламную кампанию, чтобы увеличить объём продаж. Производственный отдел заявляет, что не сможет обеспечить такой резкий рост без потери качества и срыва текущих заказов.

*Как системный анализ поможет разрешить это противоречие?*

Задание 4. Внедрение новой системы мотивации

Компания вводит новую систему KPI для отдела продаж, где основной упор сделан на количество звонков. Однако через месяц качество обслуживания падает, а количество повторных продаж снижается.

*Используя общенаучные методы, проанализируйте ситуацию и предложите решение.*

Задание 5. Оценка рисков нового проекта

Компания планирует инвестировать средства в новый, инновационный проект с высокой степенью неопределённости. Руководству необходимо оценить потенциальные риски.

*Опишите методологию исследования рисков с применением системного анализа.*

## **Тема 1.3. Методологические положения исследования систем управления и логистики. Диагностика систем управления и логистики**

Задание 1. Снижение управляемости в растущем бизнесе

Небольшая IT-компания быстро выросла с 15 до 80 сотрудников за год. Учредители, которые раньше управляли всеми процессами лично, теперь не успевают контролировать работу. Решения принимаются медленно, поручения теряются, сотрудники жалуются на хаос и отсутствие ясных правил.

*Опишите методологический подход к диагностике системы управления для выявления причин потери контроля и предложите план исследования.*

#### Задание 2. Высокая текучесть кадров в ключевом подразделении

В отделе продаж стабильно высокая текучесть кадров (40% в год). При этом условия труда и зарплата соответствуют рынку. Руководство считает, что проблема в «плохих» сотрудниках.

*Предложите методологию диагностики системы управления персоналом в данном подразделении для выявления истинных причин.*

#### Задание 3. Сопротивление изменениям при внедрении CRM

Руководство компании приняло решение о внедрении новой CRM-системы для автоматизации работы с клиентами. Проект был запущен, но сотрудники активно саботируют его использование: ведут записи по-прежнему в Excel и блокнотах.

*Опишите методологический подход к диагностике причин сопротивления персонала.*

#### Задание 4. Срыв сроков реализации стратегического проекта

Стратегически важный проект по запуску нового продукта хронически отстаёт от графика на 2–3 месяца уже полгода. Ответственный менеджер регулярно докладывает о проблемах с поставщиками или смежниками.

*Опишите методологический подход к диагностике системы управления проектами в компании.*

### **Тема 1.4. Информационное обеспечение исследований в менеджменте и логистике**

#### Задание 1. Проблема «Мусора на входе»

Компания «АвтоТранс», занимающаяся грузоперевозками, решила провести исследование рынка для выхода в новый регион. Аналитик использовал данные из интернета: отчеты с сайтов конкурентов, статьи из блогов и статистику с непроверенных форумов. На основе этих данных был сделан вывод о высокой рентабельности направления, и компания арендовала склад и закупила транспорт. Через полгода выяснилось, что реальный спрос в 3 раза ниже, а конкуренция — в 2 раза выше, чем в отчете.

1. *Объясните, какая проблема информационного обеспечения описана в ситуации (используйте термин «мусор на входе — мусор на выходе»).*

2. *Предложите пошаговый алгоритм проверки достоверности вторичных данных (desk research) перед их использованием для принятия стратегических решений.*

#### Задание 2. Выбор между Big Data и классическим опросом

Ритейлер «Мегамарт» хочет понять, почему клиенты, живущие в радиусе 5 км от магазина, все чаще делают покупки у конкурента «Супермаркет+», который находится дальше. У компании есть: Данные Loyalty Card (что, когда и кем куплено); Данные геолокации из мобильного приложения; Бюджет на проведение 200 личных интервью с клиентами.

1. *Сравните возможности Big Data (пункты 1 и 2) и классического маркетингового исследования (пункт 3) для решения этой задачи.*

2. *Какой метод или их комбинацию вы бы выбрали? Обоснуйте свой выбор, указав, какие данные будут ключевыми для ответа на вопрос «Почему клиенты уходят?».*

#### Задание 3. Проблема несовместимости данных (ERP vs WMS)

В компании «Логистик-Системс» внедрены две информационные системы: ERP (управляет финансами и заказами) и WMS (управляет складом). Отчет из ERP показывает, что на складе должно быть 500 единиц товара «А». Однако физическая инвентаризация и отчет WMS показывают наличие только 450 единиц.

1. Опишите проблему информационного обеспечения, которая привела к расхождению данных.

2. Предложите методы исследования для выявления причины расхождения (например, анализ первичных документов, аудит систем).

3. Какие управленческие решения могут быть приняты на основе результатов такого исследования?

Задание 4. Визуализация как инструмент принятия решения

Директор по логистике компании-производителя напитков видит отчет: «Среднее время доставки в Северо-Западный регион выросло на 15%». В отчете — таблица с цифрами по дням и маршрутам. Директор не может понять, где именно и почему происходят задержки.

1. Объясните, почему табличная форма данных в данном случае неэффективна для принятия управленческого решения.

2. Предложите методы визуализации данных (графики, карты), которые помогут директору быстро выявить проблему.

3. Опишите, какие именно данные из GPS-трекеров и систем управления транспортом (TMS) необходимо использовать для построения такой визуализации.

## **Раздел 2. Конкретные (специфические) методы исследований в менеджменте и логистике**

### **Тема 2.1. Документальные и социологические методы исследования в менеджменте и логистике**

Задание 1. Снижение производительности отдела после смены руководителя

В отделе маркетинга после назначения нового начальника резко упали ключевые показатели (KPI). Сотрудники стали чаще уходить на больничные, атмосфера в коллективе стала напряжённой. Руководство компании хочет понять причины, не прибегая к массовым увольнениям.

*Предложите план исследования, используя документальные и социологические методы, для диагностики ситуации.*

Задание 2. Высокая текучесть кадров на испытательном сроке

Компания нанимает много новых сотрудников, но 50% из них увольняется в течение первых трёх месяцев работы. Рекрутеры винят отдел обучения, а отдел обучения — нанятых «неквалифицированных» людей.

*Как с помощью документальных и социологических методов выявить истинную причину ухода новичков?*

Задание 3. Оценка эффективности корпоративного обучения

Компания потратила большой бюджет на тренинг по переговорам для отдела продаж. Руководство хочет понять, были ли эти инвестиции оправданными.

*Разработайте методику оценки эффективности тренинга с использованием предложенных методов исследования.*

Задание 4. Подготовка к слиянию двух компаний

Руководство планирует слияние двух компаний с разной корпоративной культурой. Есть риск, что конфликты между сотрудниками «старой» и «новой» команды разрушат синергию от сделки.

*Предложите план исследования корпоративной культуры обеих компаний перед слиянием.*

## Тема 2.2. Методы экспертных оценок в управлении и логистике

### Задание 1. Оценка потенциала нового рынка

Компания, производящая промышленное оборудование, рассматривает возможность выхода на рынок другой страны. Руководству необходимо оценить объём этого рынка на ближайшие 5 лет, но официальной статистики с нужным уровнем детализации нет.

*Предложите метод экспертных оценок для решения этой задачи и опишите его реализацию.*

### Задание 2. Оценка рисков при запуске инновационного продукта

Компания разрабатывает уникальный программный продукт. Руководство составило список из 20 потенциальных рисков (технологических, рыночных, кадровых), но не понимает, на какие из них стоит направить основные ресурсы для их минимизации.

*Предложите метод экспертных оценок для приоритизации рисков.*

### Задание 3. Формирование долгосрочной стратегии развития

Совет директоров крупной компании должен утвердить стратегию на ближайшие 10 лет. Есть несколько кардинально разных сценариев: фокус на внутреннем рынке, агрессивная международная экспансия, диверсификация в новые отрасли. Необходимо оценить последствия каждого сценария.

*Опишите, как метод экспертных оценок может помочь в стратегическом планировании.*

### Задание 4. Оценка конкурентоспособности нового продукта

Перед запуском нового смартфона отдел маркетинга хочет понять его сильные и слабые стороны по сравнению с флагманами двух главных конкурентов.

*Предложите метод экспертных оценок для проведения сравнительного анализа.*

## Тема 2.3. Методы исследования операций в менеджменте и логистике

### Задание 1. Транспортная задача

Два склада (С1, С2) поставляют товар трём магазинам (М1, М2, М3). Запасы: С1 — 50 ед., С2 — 70 ед. Потребности: М1 — 30 ед., М2 — 40 ед., М3 — 50 ед. Стоимость перевозки (руб.) указана в таблице:

	М1	М2	М3
С1	4	6	8
С2	5	3	7

Найти оптимальный план перевозок с минимальными затратами.

### Задание 2. Теория игр: игра с природой

Фирма выбирает стратегию выпуска нового продукта. Возможны три варианта спроса: низкий, средний, высокий. Доходы (млн руб.) по стратегиям и состояниям природы:

	Низкий	Средний	Высокий
Стратегия А	-2	5	8
Стратегия Б	-1	6	-3

Вероятности состояний природы неизвестны. Какую стратегию выбрать по критериям Вальда, Лапласа и максимакса?

## **Тема 2.4. Методы маркетинговых исследований в принятии управленческих решений**

Задание 1. Конджойнт-анализ для определения оптимальной цены и характеристик

Производитель бытовой техники выводит на рынок новый пылесос. Ключевые характеристики: мощность, уровень шума, цена. Необходимо определить, какой набор характеристик будет наиболее востребован.

*Опишите этапы проведения конджойнт-анализа и как его результаты помогут принять решение о продукте.*

Задание 2. Тестирование концепции нового продукта

Компания разработала концепцию инновационного смарт-часов с функцией контроля уровня стресса. Перед запуском производства необходимо оценить рыночный потенциал.

*Какие методы исследования использовать и как интерпретировать результаты?*

Задание 3. Анализ причин снижения продаж с помощью маркетингового аудита

Продажи основного продукта компании упали на 15% за последние полгода. Внешние факторы (экономика, конкуренты) стабильны.

*Предложите план маркетингового исследования для выявления внутренних причин.*

Критерии оценивания практических заданий:

Баллы	Описание критерия
3	Полные верные ответы. Присутствует полнота и обоснованность правовой аргументации
2	Верные ответы, но имеются небольшие неточности в построении причинно-следственных связей. Правовая аргументация присутствует, но не в полном объеме и с некоторыми неточностями
1	Ответы в целом верные. Есть явные неточности в правовой аргументации, обучающийся допускает ошибки в ссылках на правовые источники, что несколько искажает логическую последовательность ответа
0	Ответы неверные или отсутствуют

*Типовые тестовые задания для текущего контроля успеваемости обучающихся (задания закрытого типа с выбором одного или нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных)*

Выберите правильные варианты ответа:

### **Раздел 1. Теоретико-методологические основы исследований в менеджменте и логистике**

#### **Тема 1.1. Роль исследования в развитии управления и логистики. Методология исследования управленческих и логистических ситуаций**

1. Исследование в менеджменте и логистике — это:

- а) процесс сбора статистических данных;
- б) целенаправленный поиск и обработка информации для выявления проблем и поиска эффективных решений;
- в) составление годовых отчетов;

г) контроль за дисциплиной персонала.

2. Методология исследования — это:

а) только набор математических формул;

б) совокупность принципов, подходов, методов и логики организации исследования;

в) описание структуры предприятия;

г) перечень нормативных документов.

3. Какой подход рассматривает организацию как открытую систему, взаимодействующую с внешней средой?

а) процессный;

б) системный;

в) функциональный;

г) исторический.

4. Объектом исследования в логистике чаще всего выступает:

а) только складское помещение;

б) материальный поток и связанные с ним информационные и финансовые потоки;

в) только персонал склада;

г) только транспортные средства.

5. На каком этапе исследования формулируется проблема?

а) на этапе анализа данных;

б) на этапе внедрения результатов;

в) на начальном этапе (постановка проблемы);

г) на этапе оценки эффективности.

6. Научная проблема в исследовании — это:

а) любой вопрос, возникающий у руководителя;

б) противоречие между существующим и желаемым состоянием объекта исследования;

в) задача, решаемая по инструкции;

г) отсутствие информации о конкурентах.

7. Гипотеза в исследовании — это:

а) окончательный вывод;

б) предположение, требующее проверки;

в) статистический показатель;

г) метод сбора данных.

8. Какова роль теории в исследовании?

а) теория не нужна для практических исследований;

б) теория объясняет закономерности и служит основой для построения моделей и выбора методов;

в) теория нужна только для написания диссертаций;

г) теория — это устаревшие знания.

9. Что из перечисленного не является этапом научного исследования?

а) постановка цели;

б) сбор и анализ данных;

в) празднование юбилея компании;

г) формулировка выводов.

10. Методология исследования управленческих ситуаций включает:

а) только наблюдение;

б) принципы, подходы, методы, логику организации и проведения исследования;

в) только анкетирование сотрудников;

г) только анализ финансовых отчётов.

## **Тема 1.2. Системный анализ и общенаучные методы исследований в менеджменте и логистике**

1. Системный анализ — это:

а) анализ только одной функции предприятия;  
б) методология, направленная на исследование сложных объектов как систем с учётом всех взаимосвязей;

в) анализ мнений одного эксперта;

г) расчёт прибыли.

2. К общенаучным методам теоретического уровня относятся:

а) наблюдение, эксперимент;

б) анализ, синтез, индукция, дедукция, моделирование, абстрагирование;

в) анкетирование, интервьюирование;

г) хронометраж, фотография рабочего дня.

3. Анализ как метод исследования — это:

а) соединение частей в целое;

б) мысленное или реальное расчленение объекта на составные части для изучения их свойств;

в) наблюдение за поведением людей;

г) создание математической модели.

4. Синтез — это метод, противоположный анализу, который означает:

а) разделение целого на части;

б) объединение частей в единое целое для выявления новых свойств;

в) сравнение двух объектов;

г) проведение эксперимента.

5. Индукция — это метод мышления, при котором:

а) от общего правила переходят к частному случаю;

б) от частных фактов переходят к общему выводу;

в) делают предположение без доказательств;

г) используют математические расчёты.

6. Дедукция — это метод мышления, при котором:

а) от общего правила переходят к частному случаю (следствию);

б) от частных фактов переходят к общему выводу;

в) проводят опрос экспертов;

г) строят график.

7. Моделирование в исследовании — это:

а) создание уменьшенной копии здания склада;

б) построение упрощённого аналога (модели) реального объекта или процесса для изучения его свойств;

в) написание отчёта о работе отдела;

г) фотографирование рабочего места.

8. Абстрагирование — это:

а) отвлечение от несущественных свойств объекта и выделение существенных для целей исследования;

б) сбор всех возможных данных об объекте;

в) описание объекта художественным языком;

г) проведение мозгового штурма.

9. К эмпирическим методам исследования относятся (выберите два правильных ответа):

а) наблюдение; (правильно)

б) анализ; (неверно)

в) эксперимент; (правильно)

г) дедукция. (неверно)

10. Какой из методов позволяет получить наиболее объективные данные о поведении объекта в контролируемых условиях?

- а) опрос;
  - б) эксперимент; (правильно)
  - в) изучение документов; (неверно)
  - г) экспертная оценка. (неверно)
- Правильный ответ: б).

### **Тема 1.3. Методологические положения исследования систем управления и логистики. Диагностика систем управления и логистики**

1. Что является главной целью диагностики системы управления или логистики?

- а) Разработка нового штатного расписания.
- б) Формирование годового бюджета.
- в) Комплексная оценка состояния системы для выявления проблем, «узких мест» и резервов повышения эффективности.
- г) Проведение аттестации персонала.

2. Какой аналитический инструмент используется для выявления и структурирования причин возникновения определённой проблемы (например, срыва сроков поставки)?

- а) SWOT-анализ.
- б) PEST-анализ.
- в) Диаграмма Исикавы («рыбий скелет»).
- г) Матрица БКГ.

3. В чём заключается основное назначение GAP-анализа («анализа разрывов») в диагностике?

- а) В сравнении финансовых показателей компании с показателями конкурентов.
- б) В анализе сильных и слабых сторон организации.
- в) В выявлении разрыва (gap) между текущим состоянием системы и её желаемым целевым состоянием.
- г) В оценке влияния внешней среды на деятельность предприятия.

4. Бенчмаркинг как метод диагностики — это:

- а) Внутренний аудит финансовой отчётности.
- б) Процесс поиска, изучения и внедрения лучших практик (эталонных решений) от лидеров отрасли или конкурентов.
- в) Метод экспертных оценок для прогнозирования.
- г) Анализ жизненного цикла продукта.

5. Аудит логистической системы — это форма диагностики, направленная на:

- а) Разработку рекламной кампании.
- б) Оценку эффективности работы отдела кадров.
- в) Объективную и независимую оценку соответствия логистических процессов установленным стандартам, целям компании и выявление возможностей для оптимизации.
- г) Расчёт себестоимости единицы продукции.

6. Результатом проведения диагностики системы управления НЕ является:

- а) Отчёт с перечнем выявленных проблем.
- б) Рекомендации по совершенствованию процессов.
- в) Карта «узких мест» в организационной структуре.
- г) Немедленное увольнение неэффективных сотрудников.

7. Какой метод диагностики позволяет получить детальное представление о реальном ходе выполнения бизнес-процесса, его длительности, стоимости и исполнителях?

- а) Финансовый анализ.
- б) SWOT-анализ.
- в) Картирование потока создания ценности (VSM — Value Stream Mapping).
- г) PEST-анализ.

8. Выберите два метода, которые относятся к техникам визуализации при диагностике процессов.

- а) Факторный анализ.
- б) Блок-схема процесса (Flowchart).
- в) Корреляционно-регрессионный анализ.
- г) Диаграмма Парето.

9. Что из перечисленного является объектом диагностики в логистике?

- а) Только складские запасы.
- б) Только транспортные издержки.
- в) Вся цепь поставок в целом, включая закупки, производство, хранение, транспортировку и распределение.
- г) Только информационная система компании.

10. Какое из утверждений верно? Диагностика системы управления является элементом...

- а) ...функции планирования.
- б) ...функции организации.
- в) ...функции мотивации.
- г) ...функции контроля.

#### **Тема 1.4. Информационное обеспечение исследований в менеджменте и логистике**

1. Что является основой для принятия обоснованных управленческих решений в исследовании?

- а) интуиция руководителя;
- б) достоверная, своевременная и релевантная информация;
- в) мнения наиболее опытных сотрудников;
- г) данные за прошлый год без учёта текущей ситуации.

2. Первичная информация в исследовании — это:

- а) данные, собранные ранее для других целей (статистика, отчёты);
- б) информация из глобальной сети Интернет;
- в) данные, собранные исследователем впервые для решения конкретной задачи;
- г) информация из учебников и монографий.

3. Какой из перечисленных методов относится к сбору первичной информации?

- а) анализ внутренней отчётности компании;
- б) изучение статей в профильных журналах;
- в) проведение анкетирования или интервьюирования;
- г) использование данных государственной статистики.

4. Система, предназначенная для сбора, обработки, анализа и предоставления информации, необходимой для поддержки принятия управленческих решений, называется:

- а) бухгалтерская информационная система (БУИС);
- б) система электронного документооборота (СЭД);
- в) управленческая информационная система (MIS — Management Information System);
- г) система управления складом (WMS).

5. Что такое «информационный шум» в контексте исследований?

- а) полезный сигнал обратной связи;
- б) избыточная или нерелевантная информация, затрудняющая принятие верного решения;
- в) технические помехи при передаче данных по каналам связи;
- г) отсутствие информации.

6. Какой инструмент используется для наглядного представления данных и выявления тенденций в исследованиях?

- а) текстовый редактор;

- б) калькулятор;
- в) система бизнес-аналитики (BI-система), например, Power BI или Tableau;
- г) архив документов.

7. Термин «Big Data» («Большие данные») в менеджменте и логистике означает:

- а) очень большие файлы, которые не открываются на компьютере;
- б) данные о самых крупных клиентах компании;
- в) чрезвычайно большие и разнообразные массивы данных, которые требуют специальных технологий для обработки и анализа;
- г) информацию, хранящуюся на бумажных носителях.

8. Какое свойство информации характеризует её соответствие решаемой задаче?

- а) достоверность;
- б) полнота;
- в) релевантность;
- г) своевременность.

9. Верификация данных в исследовании — это процесс:

- а) сбора данных из открытых источников;
- б) визуализации данных в виде графиков;
- в) проверки данных на точность, подлинность и непротиворечивость;
- г) удаления ненужной информации.

10. Информационная система управления (ИСУ) обеспечивает поддержку принятия решений на уровнях:

- а) только оперативном (нижнем);
- б) только стратегическом (вышем);
- в) на всех уровнях управления: стратегическом, тактическом и оперативном;
- г) только тактическом (среднем).

## **Раздел 2. Конкретные (специфические) методы исследований в менеджменте и логистике**

### **Тема 2.1. Документальные и социологические методы исследования в менеджменте и логистике**

1. К какому типу методов исследования относится анализ служебной документации, приказов и отчётов?

- а) Социологический.
- б) Математический.
- в) Документальный.
- г) Экспертный.

2. Какое из перечисленных действий является методом социологического исследования?

- а) Расчёт точки безубыточности.
- б) Построение сетевого графика.
- в) Проведение анкетирования сотрудников.
- г) Анализ финансовой отчётности.

3. Какой метод позволяет получить информацию о реально протекающих процессах, минуя субъективные оценки респондентов?

- а) Интервью.
- б) Анкетирование.
- в) Наблюдение.
- г) Анализ документов.

4. Что является основным инструментом при проведении анкетирования?

- а) Протокол совещания.

б) Анкета (вопросник).

в) Деловое письмо.

г) Должностная инструкция.

5. Контент-анализ — это:

а) метод наблюдения за группой людей.

б) способ обработки данных в электронных таблицах.

в) метод количественного и качественного анализа содержания текстовых документов.

г) техника проведения фокус-группы.

6. Какой из методов относится к социологическим и позволяет выявить мнение потребителей о качестве логистического сервиса?

а) Анализ транспортных накладных.

б) Расчёт коэффициента оборачиваемости запасов.

в) Проведение опроса (интервью) клиентов.

г) Инвентаризация на складе.

7. В чём заключается метод изучения документов?

а) В прямом общении с сотрудниками.

б) В проведении эксперимента в реальных условиях.

в) В сборе и анализе уже существующей информации, зафиксированной на материальных или электронных носителях.

г) В построении математической модели процесса.

8. Какой метод позволяет получить глубокую, развёрнутую информацию по теме, но требует высокой квалификации исследователя?

а) Анкетирование.

б) Наблюдение.

в) Глубинное интервью.

г) Анализ статистики.

9. К недостаткам анкетирования как метода исследования можно отнести:

а) Сложность в обработке данных.

б) Высокую стоимость проведения.

в) Возможность получения социально желаемых, а не правдивых ответов.

г) Невозможность охвата большой аудитории.

10. Выберите два метода, которые относятся к социологическим методам исследования.

а) Хронометраж.

б) Фокус-группа.

в) Метод Дельфи.

г) Анкетирование.

## **Тема 2.2. Методы экспертных оценок в управлении и логистике**

1. Метод экспертных оценок применяется в случаях, когда:

а) имеется полная и достоверная статистическая информация;

б) проблема может быть решена с помощью простых математических расчётов;

в) проблема не поддаётся формализации и отсутствует достаточная статистическая база;

г) необходимо провести массовое анкетирование сотрудников.

2. Какой метод предполагает заочную и анонимную работу экспертов в нескольких турах с обратной связью?

а) Метод «мозгового штурма».

б) Метод комиссий.

в) Метод Дельфи.

г) Метод фокус-группы.

3. В чём заключается суть метода «мозгового штурма» (Brainstorming)?
- а) В строгом следовании инструкции эксперта-лидера.
  - б) В анонимном заполнении опросных листов.
  - в) В критическом анализе предложенных идей на первом этапе.
  - г) В генерации максимального количества идей в свободной, не критичной атмосфере с их последующей оценкой.
4. Метод «Дельфи» позволяет:
- а) получить количественные данные от большой выборки людей;
  - б) провести наблюдение за работой экспертной группы;
  - в) достичь согласованного мнения группы экспертов по сложной проблеме путём последовательных опросов;
  - г) проанализировать документооборот в компании.
5. Что является ключевым требованием к эксперту при использовании методов экспертных оценок?
- а) Наличие учёной степени.
  - б) Большой стаж работы в одной должности.
  - в) Высокий уровень компетентности и опыт в исследуемой области;
  - г) Умение работать в программе Excel.
6. К какому методу относится оценка вероятности наступления рискованного события на основе мнения специалистов?
- а) Социологический опрос.
  - б) Статистический анализ.
  - в) Математическое моделирование.
  - г) Метод экспертных оценок.
7. Какой из перечисленных методов НЕ относится к методам экспертных оценок?
- а) Метод «мозгового штурма».
  - б) Метод Дельфи.
  - в) Метод комиссий («круглый стол»).
  - г) Контент-анализ документов. \*(Это документальный метод).\*
8. Какова основная цель использования экспертных оценок при прогнозировании развития логистики?
- а) Подтвердить уже известные факты.
  - б) Получить точные математические расчёты на будущее.
  - в) Снизить степень неопределённости при принятии стратегических решений.
  - г) Заменить собой работу аналитического отдела.
9. Выберите два метода, которые относятся к методам экспертных оценок.
- а) Наблюдение.
  - б) Анкетирование потребителей.
  - в) Метод «мозгового штурма».
  - г) Метод комиссий («круглый стол»).
10. Какая проблема является основной при использовании экспертных методов?
- а) Сложность в обработке данных на компьютере.
  - б) Высокая стоимость программного обеспечения для анализа.
  - в) Субъективность мнений экспертов и возможность их предвзятости или конформизма (стремления к согласию).
  - г) Невозможность привлечь к работе более 5 человек одновременно.

### **Тема 2.3. Методы исследования операций в менеджменте и логистике**

1. Что является основной целью применения методов исследования операций?
- а) Качественное описание бизнес-процессов.
  - б) Поиск оптимальных (наилучших) решений управленческих задач с помощью математических моделей.

- в) Сбор мнений экспертов.
  - г) Проведение социологических опросов.
2. Какой метод исследования операций используется для планирования и управления сложными проектами (например, строительство склада или внедрение IT-системы)?
- а) Линейное программирование.
  - б) Теория массового обслуживания.
  - в) Сетевое планирование (методы CPM и PERT).
  - г) Имитационное моделирование.
3. Задача «транспортной логистики», заключающаяся в поиске кратчайшего маршрута для коммивояжёра, решается с помощью методов:
- а) Теории игр.
  - б) Линейного программирования.
  - в) Комбинаторной оптимизации и теории графов.
  - г) Статистического анализа.
4. В чём заключается суть метода линейного программирования?
- а) В прогнозировании временных рядов.
  - б) В моделировании систем со случайными величинами.
  - в) В нахождении оптимума (максимума прибыли или минимума затрат) линейной функции при заданных линейных ограничениях.
  - г) В анализе иерархий.
5. Какой из перечисленных методов НЕ относится к методам исследования операций?
- а) Симплекс-метод.
  - б) Метод Монте-Карло.
  - в) Динамическое программирование.
  - г) SWOT-анализ. \*(Это метод стратегического анализа).\*
6. Теория массового обслуживания (ТМО) применяется для анализа и оптимизации:
- а) Финансовых потоков.
  - б) Структуры управления персоналом.
  - в) Систем, в которых возникают очереди (например, склад, колл-центр, зона погрузки-разгрузки).
  - г) Ценовой политики.
7. Имитационное моделирование — это:
- а) Метод сбора первичных данных.
  - б) Процесс создания компьютерной модели реальной системы для проведения экспериментов «что, если» и оценки её поведения.
  - в) Метод экспертных оценок.
  - г) Вид линейного программирования.
8. Какой метод исследования операций позволяет принимать решения в условиях неопределённости и конфликта интересов (например, при выходе на новый рынок с конкурентами)?
- а) Линейное программирование.
  - б) Теория игр.
  - в) Сетевое планирование.
  - г) Корреляционный анализ.
9. Выберите два метода, которые относятся к методам исследования операций.
- а) Фокус-группа.
  - б) Динамическое программирование.
  - в) Контент-анализ.
  - г) Метод Монте-Карло (статистическое моделирование).
10. Симплекс-метод — это универсальный алгоритм для решения задач:
- а) Корреляционно-регрессионного анализа.
  - б) Теории игр.

- в) Линейного программирования.
- г) Сетевого планирования.

#### **Тема 2.4. Методы маркетинговых исследований в принятии управленческих решений**

1. Какова главная цель маркетингового исследования?
  - а) Увеличение объёма продаж любой ценой.
  - б) Систематический сбор, анализ и интерпретация информации для снижения неопределённости при принятии маркетинговых решений.
  - в) Разработка логотипа компании.
  - г) Проведение рекламной кампании.
2. Сбор первичных данных в маркетинге осуществляется с помощью:
  - а) Анализа отчётов государственных статистических служб.
  - б) Изучения отраслевых журналов.
  - в) Проведения опросов, наблюдений и экспериментов.
  - г) Анализа бухгалтерской отчётности компании.
3. Сегментация рынка — это процесс:
  - а) Разработки единого продукта для всех потребителей.
  - б) Определения цены на товар.
  - в) Разделения рынка на однородные группы потребителей со схожими потребностями и поведением.
  - г) Выбора каналов сбыта.
4. Какой метод маркетингового исследования позволяет изучить реальные действия потребителей в магазине?
  - а) Глубинное интервью.
  - б) Фокус-группа.
  - в) Наблюдение (например, с помощью камер или технологии eye-tracking).
  - г) Анализ данных CRM-системы.
5. Что такое «тайный покупатель» (mystery shopping)?
  - а) Метод анализа конкурентов через их финансовые отчёты.
  - б) Метод контроля качества обслуживания, при котором специально подготовленный человек под видом обычного клиента оценивает работу персонала и процессы.
  - в) Вид социологического опроса.
  - г) Метод ценообразования.
6. Какой из перечисленных методов относится к кабинетным (desk research)?
  - а) Холл-тест (тестирование продукта в специальном помещении).
  - б) Домашний тест (Home Use Test).
  - в) Анализ вторичной информации из открытых источников (интернет, СМИ, отчёты).
  - г) Телефонный опрос.
7. Конкурентный анализ в маркетинге проводится для того
  - а) чтобы скопировать стратегию лидера рынка;
  - б) чтобы полностью игнорировать действия конкурентов;
  - в) чтобы определить только цену конкурентов;
  - г) чтобы выявить сильные и слабые стороны конкурентов для формирования собственного конкурентного преимущества.
8. Выберите два метода, которые относятся к количественным методам маркетинговых исследований.
  - а) Фокус-группа.
  - б) Личное интервью по структурированной анкете (face-to-face).
  - в) Глубинное интервью.
  - г) Онлайн-опрос с закрытыми вопросами.
9. Бренд-трекинг — это исследование, которое проводится...

- а) один раз при создании бренда;
- б) только для новых продуктов;
- в) для анализа конкурентов;
- г) регулярно для отслеживания «здоровья» бренда (узнаваемость, лояльность, имидж) во времени.

10. Что такое «полевое исследование» в маркетинге?

- а) Исследование, проводимое в офисе аналитической компании.
- б) Исследование с использованием только данных из интернета.
- в) Исследование методом экспертных оценок.
- г) Исследование, предполагающее прямой сбор первичных данных «в поле», то есть у потребителей или в точках продаж.

*Количество типовых тестовых заданий для текущего контроля успеваемости обучающихся по каждой теме дисциплины составляет 20-25.*

Критерии оценивания тестовых заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия	
3	90-100 % правильных ответов	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале
2	75-89 % правильных ответов	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок
1	55-74 % правильных ответов	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях
0	Менее 55 % правильных ответов	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня

*Подготовка презентации в рамках разноуровневых заданий*

Критерии и шкала оценивания мультимедийной презентации

Баллы	Описание критерия
1	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Оформлен титульный слайд с заголовком. Сформулированная тема ясно изложена и структурирована, использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме, выдержан стиль, цветовая гамма, использована анимация, звук. Логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению. Работа оформлена и предоставлена в установленный срок.
0,5	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Имеются неточности в изложении материала. Отсутствует выраженная логическая последовательность в суждениях. Не выдержан объем презентации, имеются упущения в оформлении. На дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. Работа оформлена и предоставлена в установленный срок.

0	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Сформулированная тема изложена и структурирована не в полном объеме. Не использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме. Присутствуют существенные отступления от требований к составлению презентации. Допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы.
	Работа не выполнена или не соответствует теме самостоятельной работы.

5.3. Два раздела тематических блоков дисциплины завершаются контролем знаний (контрольной точкой (далее – КТ)).

Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент, составляет 10 (десять) баллов.

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент
КТ 1	10
КТ 2	10
Итого	20

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

*КТ 1 (темы 1.1-1.4) ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3*

*Письменный опрос (вопросы для подготовки к письменному (в рамках контроля знаний по разделу) опросу по темам дисциплины представлены в соответствующей таблице)*

Задание 1. Раскройте содержание системного подхода к исследованию в менеджменте и логистике. Каковы его основные принципы и значение для диагностики систем управления?

Задание 2. Сравните общенаучные методы исследования: анализ и синтез, индукция и дедукция. Приведите примеры их применения при изучении логистических процессов.

Задание 3. Опишите этапы проведения диагностики системы управления (логистики). Каковы цели и ожидаемые результаты каждого этапа?

Задание 4. Дайте определение понятию «информационное обеспечение исследований». Охарактеризуйте основные виды информации (первичная, вторичная) и требования, предъявляемые к ней для принятия эффективных управленческих решений.

*Комбинированные тестовые задания, где предполагается из 4 ответов выбрать один правильный с обоснованием выбора:*

Задание 5.

Какое из определений наиболее точно отражает сущность методологии исследования в менеджменте?

а) Набор конкретных инструментов для сбора данных (анкеты, тесты).

- б) Совокупность принципов, подходов и методов организации и проведения познавательной деятельности.
- в) Описание структуры организации и её бизнес-процессов.
- г) Процесс внедрения полученных результатов в практику управления.

Правильный ответ:

Обоснование:

Задание 6.

В чём заключается принципиальное отличие диагностики системы управления от её обычного аудита или контроля?

- а) Диагностика проводится только внешними консультантами, а аудит — внутренними службами.
- б) Диагностика направлена на выявление причин проблем и поиск резервов развития, в то время как контроль сфокусирован на проверке соответствия заданным нормам и стандартам.
- в) Диагностика использует только качественные методы (интервью), а аудит — только количественные (статистика).
- г) Диагностика является обязательной по закону процедурой, а аудит — добровольной инициативой руководства.

Правильный ответ:

Обоснование:

Задание 7.

Какое свойство информации является критически важным для принятия управленческих решений в условиях быстро меняющейся рыночной среды?

- а) Полнота (наличие всех возможных данных).
- б) Объективность (независимость от мнения исследователя).
- в) Релевантность (соответствие конкретной задаче или проблеме).
- г) Своевременность (актуальность на момент принятия решения).

Правильный ответ:

Обоснование:

*Задание на установление соответствия*

Задание 8. Установите соответствие между понятием в первом столбце и его определением во втором столбце. Сопоставьте понятия с определениями, сформируйте пары элементов.

Понятия	Определения
1. Системный анализ	А. Мысленное или реальное разделение объекта на составные части для изучения их свойств.
2. Декомпозиция	Б. Метод исследования сложных объектов, рассматривающий их как целостную систему взаимосвязанных элементов.
3. Гипотеза	В. Научное предположение, выдвигаемое для объяснения каких-либо явлений и требующее проверки.
4. SWOT-анализ	Г. Метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации.

5. Информационный шум	Д. Избыточная, нерелевантная информация, которая мешает восприятию полезных данных.
-----------------------	---

Ответ запишите в виде: 1-А, 2-Б, 3-В, 4-Г, 5-Д

*Задание на установление последовательности*

Задание 9. Расположите в правильной логической последовательности этапы проведения научного исследования в менеджменте:

1. Анализ и интерпретация полученных данных.
2. Внедрение результатов и оценка эффективности.
3. Сбор необходимой информации (эмпирический этап).
4. Постановка проблемы, определение цели и задач исследования.
5. Формулировка выводов и разработка рекомендаций.

Ответ запишите в виде последовательности цифр.

*Практическое (ситуационное) задание*

Задание 10.

Руководство торговой компании столкнулось с проблемой систематического срыва сроков доставки товаров клиентам со своего центрального склада. Это приводит к штрафам, потере лояльности клиентов и финансовым убыткам. Отдел логистики предоставил данные о работе склада, а отдел продаж — жалобы клиентов.

*Разработайте программу диагностического исследования для выявления корневых причин данной проблемы. В программе необходимо указать:*

1. Цель и задачи диагностики.
2. Объект и предмет исследования.
3. Перечень методов, которые вы планируете использовать для сбора и анализа информации (не менее трёх), с обоснованием выбора каждого метода.
4. Ожидаемые результаты диагностики в виде гипотез о возможных причинах проблемы.

КТ-2 (темы 2.1-2.4) ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3

*Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора*

Задание 1.

В чём заключается ключевое преимущество метода «мозгового штурма» (Brainstorming) по сравнению с индивидуальным генерированием идей?

- а) Он позволяет получить более точные количественные данные.
- б) Он обеспечивает строгую анонимность участников.
- в) Он использует эффект синергии, где взаимодействие участников порождает идеи, которые не возникли бы поодиночке.
- г) Он требует меньше времени на проведение.

Ответ:

Обоснование:

### Задание 2.

Для решения какой из перечисленных задач в логистике наиболее целесообразно применение методов теории массового обслуживания (ТМО)?

- а) Определение оптимального объёма закупки товара для минимизации общих издержек.
- б) Расчёт необходимого количества постов погрузки на складе, чтобы избежать чрезмерных очередей и простоев транспорта.
- в) Построение оптимального маршрута доставки по нескольким точкам.
- г) Прогнозирование спроса на продукцию на следующий год.

Ответ:

Обоснование:

### Задание 3.

Какой метод маркетингового исследования является наиболее подходящим для глубокого понимания мотивов, ценностей и скрытых потребностей потребителей, которые они не всегда могут сформулировать?

- а) Массовый онлайн-опрос с закрытыми вопросами.
- б) Глубинное интервью.
- в) Холл-тест (тестирование продукта в специальном помещении).
- г) Наблюдение за поведением покупателей в торговом зале.

Ответ:

Обоснование:

### Задание 4.

В чём заключается основное отличие метода экспертных оценок «Дельфи» от метода комиссий («круглого стола»)?

- а) Метод «Дельфи» проводится исключительно очно, а метод комиссий — заочно.
- б) Метод «Дельфи» является итеративным и анонимным, с обратной связью, а метод комиссий предполагает прямое открытое обсуждение.
- в) Метод комиссий используется только для прогнозирования, а метод «Дельфи» — для диагностики.
- г) Метод «Дельфи» не предполагает статистической обработки результатов.

Правильный ответ:

Обоснование:

### *Задание закрытого типа на установление последовательности*

Задание 5. Установите правильную последовательность этапов проведения социологического опроса (анкетирования):

1. Обработка и анализ полученных данных.
2. Пилотаж (апробация) анкеты на малой группе.
3. Сбор первичной информации (проведение опроса).
4. Разработка программы исследования и формулировка вопросов.
5. Подготовка выборки и инструментария для опроса.

Ответ запишите в виде последовательности цифр.

Задание 6. Установите правильную последовательность шагов при решении транспортной задачи методом линейного программирования:

1. Нахождение первоначального опорного плана (например, методом северо-западного угла).
2. Проверка полученного плана на оптимальность (метод потенциалов).
3. Постановка задачи: определение поставщиков, потребителей, запасов и потребностей.
4. Улучшение плана (цикл пересчета), если он не оптимален.
5. Формализация задачи в виде системы уравнений и целевой функции.

Ответ запишите в виде последовательности цифр.

*Задание закрытого типа на установление соответствия*

Задание 7. Установите соответствие между понятием из области исследований и его определением.

Понятия	Определения
1. Метод «Дельфи»	А. Метод планирования и управления проектами, использующий сетевые графики для определения критического пути.
2. Сегментация рынка	Б. Процесс разделения рынка на однородные группы потребителей со схожими потребностями.
3. PERT/CPM	В. Итеративный метод экспертных оценок, проводимый в несколько туров с обратной связью и анонимностью.
4. Имитационное моделирование	Г. Создание компьютерной модели реальной системы для проведения экспериментов «что, если».
5. Фокус-группа	Д. Качественный метод исследования, представляющий собой групповую дискуссию под руководством модератора.

Ответ запишите в виде: 1-А, 2-Б, 3-В, 4-Г, 5-Д

*Задание открытого типа с развернутым ответом*

Задание 8.

Сравните методы сбора первичной информации: наблюдение и опрос. Опишите условия, при которых применение каждого из этих методов будет наиболее эффективным в исследовании логистических процессов склада.

*Ответ должен включать описание сути каждого метода, их достоинств и недостатков, а также конкретные примеры применения на складе.*

Задание 9.

Раскройте содержание метода сетевого планирования (PERT/CPM). Опишите его основные элементы и этапы применения для управления проектом по открытию нового распределительного центра.

*Ответ должен включать определение метода, описание понятий «работа», «событие», «путь», «критический путь», а также перечисление этапов от составления списка работ до оптимизации графика.*

## Практическое (ситуационное) задание

### Задание 10.

Компания-ритейлер столкнулась с проблемой: после проведения дорогостоящей рекламной кампании в социальных сетях и у блогеров количество переходов на сайт и заявок на консультацию резко выросло. Однако процент конверсии из заявки в реальную покупку остался на прежнем низком уровне (около 2%). Руководство считает, что проблема в неэффективности отдела продаж, который не может «дожать» клиента.

*Разработайте программу маркетингового исследования для выявления истинных причин низкой конверсии. Ваша задача — доказать или опровергнуть гипотезу руководства о вине отдела продаж. В программе укажите:*

- 1. Цель и задачи исследования.*
- 2. Объект и предмет исследования.*
- 3. Методы сбора информации, которые вы будете использовать, с обоснованием выбора каждого метода.*
- 4. Планируемые результаты исследования в виде гипотез о причинах проблемы.*

### Критерии оценивания заданий контроля знаний по разделу (контрольной точки)

Баллы	Критерии оценивания
9-10	Полные, развернутые ответы по заданиям, глубокое знание, практические задания без ошибок и с правильным правовым обоснованием
6-8	Развернутые ответы, небольшие неточности, практические задания с незначительными ошибками в правовом обосновании
4-5	Ответы недостаточно полные, слабая аргументация, ошибки в практических заданиях и со слабым правовым обоснованием
0-3	Ответы на тестовые задания содержит серьезные ошибки, практические задания не выполнены

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине.

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации в форме зачета.

### *Вопросы открытого типа*

## **Раздел 1. Теоретико-методологические основы исследований в менеджменте и логистике**

### **Тема 1.1. Роль исследования в развитии управления и логистики. Методология исследования управленческих и логистических ситуаций ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3**

1. Опишите ключевое отличие «проблемы» от «симптома» в контексте логистического исследования. Приведите пример из практики управления цепями поставок, где управленец принял симптом за проблему, и к каким последствиям это привело.
2. В чем заключается этическая дилемма исследователя, когда результаты исследования могут нанести финансовый или репутационный ущерб заказчику (например, доказать неэффективность работы целого департамента логистики)? Как должен действовать профессионал в такой ситуации?

3. Сравните роль интуиции опытного логиста и данных, полученных в ходе исследования, при выборе нового маршрута доставки. Может ли исследование полностью заменить интуицию? Обоснуйте свой ответ.
4. Объясните, почему формулировка гипотезы является критически важным этапом исследования в логистике. К каким рискам ведет отсутствие четко сформулированных гипотез при анализе эффективности склада?
5. Как методология исследования (системный подход, доказательность) помогает снизить субъективность и предвзятость при анализе управленческой ситуации в логистике? Приведите примеры инструментов или подходов.

**Тема 1.2. Системный анализ и общенаучные методы исследований в менеджменте и логистике** ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3

1. Проведите сравнительный анализ *SWOT*-анализа и *PEST*-анализа. В чем их принципиальное различие и как они дополняют друг друга при разработке стратегии развития логистической компании?
2. Объясните фундаментальное различие между корреляцией и причинно-следственной связью (*causality*). Почему для менеджера по логистике опасно путать эти понятия при анализе данных о расходе топлива и пробеге транспорта?
3. Опишите, как системный подход помогает избежать «туннельного зрения» при анализе рыночной ситуации для транспортной компании. Приведите пример, когда игнорирование одного элемента системы (например, изменения в законодательстве) привело к неверным выводам.
4. Как матрица Ансоффа может быть использована не только для планирования роста, но и для диагностики текущего положения компании на рынке логистических услуг?
5. В чем заключаются ограничения описательных методов (таких как *SWOT*) в условиях высокой турбулентности рынка (например, резкие изменения таможенных пошлин)? Какие методы могут их дополнить для получения более точной картины?

**Тема 1.3. Методологические положения исследования систем управления и логистики. Диагностика систем** ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3

1. Опишите основные этапы планирования диагностического исследования логистической системы (например, склада). Почему этап определения проблемы считается самым важным и сложным?
2. Сравните методы формирования выборки: простую случайную, стратифицированную и квотную. В каких задачах диагностики логистических процессов (например, аудит работы курьеров) применение каждого из них будет наиболее целесообразным?
3. Объясните понятие «смещение выборки» (*sampling bias*) на конкретном примере (например, опрос о качестве доставки, проведенный только среди клиентов, оставивших отзывы на сайте). Как этого можно избежать при диагностике сервиса?
4. Какова роль пилотажа (*pre-test*) инструментария (например, анкеты для водителей) в обеспечении качества данных? Опишите, какие ошибки в анкете можно выявить с помощью этого этапа.
5. Опишите ключевые задачи контроля качества на полевом этапе исследования (например, при проведении хронометража операций на складе). Какие методы проверки работы интервьюеров или наблюдателей вы знаете?

**Тема 1.4. Информационное обеспечение исследований в менеджменте и логистике** ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3

1. Дайте определения понятиям «валидность», «надежность» и «репрезентативность» данных в контексте логистического исследования. Объясните на примерах, как отсутствие каждого из этих критериев может исказить результаты анализа эффективности маршрутов.

2. В чем заключается сложность оценки *ROI* (возврата на инвестиции) проекта по внедрению новой информационной системы (например, *WMS*)? Почему финансовый эффект от такого качественного исследования часто трудно измерить напрямую?
3. Объясните феномен «смерти от презентации». Почему рекомендации исследователей по оптимизации складских процессов часто не внедряются руководством, и как исследователь может повысить практическую ценность своего отчета?
4. Что такое репутационный аудит бренда логистической компании? Как он отличается от обычного измерения узнаваемости бренда и какие инструменты (например, анализ тональности отзывов) используются для его проведения?
5. Опишите разницу между научной (методологической) и практической (экономической) эффективностью исследования. Может ли исследование функционирования склада быть научно безупречным, но практически бесполезным? Обоснуйте свой ответ.

## **Раздел 2. Конкретные (специфические) методы исследований в менеджменте и логистике**

### **Тема 2.1. Документальные и социологические методы исследования в менеджменте и логистике ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3**

1. Опишите пошаговый алгоритм проведения контент-анализа отзывов клиентов в социальных сетях для выявления ключевых драйверов удовлетворенности и недовольства качеством логистических услуг (например, скоростью доставки, состоянием упаковки).
2. Сравните включенное и невключенное наблюдение как методы сбора данных в маркетинге и логистике. В каких конкретных ситуациях (приведите примеры из практики склада или отдела доставки) применение каждого из них будет наиболее эффективным и почему?
3. Что такое «эффект Хоторна» (*Hawthorne Effect*) и как он может исказить результаты наблюдения за поведением персонала на складе или водителей на маршруте? Какие методы минимизации этого эффекта вы знаете?
4. Объясните разницу между первичными и вторичными данными. Каковы главные преимущества и недостатки использования исключительно кабинетных (вторичных) исследований при выходе логистической компании на новый региональный рынок?
5. Как социометрический анализ может быть применен для изучения неформальной структуры отношений внутри отдела логистики или потребительского сообщества бренда? Какую конкретную управленческую информацию (например, о неформальных лидерах или конфликтах) можно из этого извлечь для принятия кадровых решений?

### **Тема 2.2. Методы экспертных оценок в управлении и логистике ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3**

1. Опишите процедуру проведения метода Дельфи. В чем его ключевые преимущества перед очным круглым столом экспертов при решении задач долгосрочного прогнозирования спроса на транспортные услуги в условиях неопределенности?
2. Сравните метод мозгового штурма (*Brainstorming*) и метод номинальных групп (*Nominal Group Technique*). В каких ситуациях в маркетинге или логистике второй метод является более предпочтительным для генерации идей (например, при обсуждении снижения издержек) и почему?
3. Каковы основные критерии отбора экспертов для участия в исследовании по методу Дельфи (например, для оценки рисков при строительстве нового терминала)? Почему независимость эксперта от заказчика является критически важным фактором для получения объективного результата?

4. Объясните понятие «коэффициент конкордации» (коэффициент согласованности). Как он используется для оценки качества результатов экспертного опроса и почему высокая согласованность мнений не всегда означает их истинность?
5. В чем заключаются главные риски и ограничения экспертных методов (субъективность, конформизм)? Почему их результаты всегда должны дополняться данными количественных исследований, особенно при принятии стратегических решений в логистике?

**Тема 2.3. Методы исследования операций в менеджменте и логистике** ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3

1. Опишите постановку транспортной задачи линейного программирования как модели оптимизации доставки грузов со складов в магазины. Какие данные необходимы для ее решения и какие управленческие решения принимаются на основе полученного оптимального плана?
2. Что такое критический путь (*Critical Path*) в сетевой модели проекта? Для чего используется метод *CPM* при планировании и управлении проектом строительства нового распределительного центра или внедрения *WMS*-системы?
3. Объясните, как теория игр может применяться для анализа взаимодействия ритейлера и логистического оператора при переговорах о цене контракта на доставку «последней мили». Что такое «дилемма заключенного» в данном контексте?
4. Опишите этапы построения имитационной модели работы склада. Для решения каких задач (например, оценка пиковых нагрузок в «Черную пятницу» или тестирование новой топологии стеллажей) применение имитационного моделирования является более предпочтительным, чем использование аналитических формул?
5. Какие предпосылки должны быть соблюдены для корректного применения методов линейного программирования к реальным данным логистики (например, условие аддитивности, делимости ресурсов)? Что произойдет с решением, если эти условия будут нарушены?

**Тема 2.4. Методы маркетинговых исследований в принятии управленческих решений** ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3

1. Опишите роль *Concept Test* (тестирования концепции) в процессе разработки нового продукта (*NPD*). Какие ключевые метрики (например, *Purchase Intent*, уникальность, ценность) используются для оценки жизнеспособности идеи и какие управленческие решения принимаются на основе полученных результатов (например, запуск, доработка или отказ от продукта)?

2. Объясните, как маркетинговые исследования помогают решить проблему «каннибализации» продаж при запуске нового продукта в рамках существующего портфеля бренда. Какие методы исследования (например, опросы, эксперименты) позволяют оценить этот риск и как их результаты влияют на решение о позиционировании и ценообразовании новинки?

3. Что такое *Brand Health Tracking* (трекинг здоровья бренда)? Опишите ключевые метрики (*KPI*), которые обычно входят в это исследование (например, спонтанная и наведенная узнаваемость, имиджевые характеристики, лояльность/*NPS*), и объясните, как динамика этих метрик влияет на корректировку маркетинговой стратегии и коммуникационных кампаний.

4. Сравните индексы *CSI* (*Customer Satisfaction Index*) и *NPS* (*Net Promoter Score*) как инструменты измерения лояльности и удовлетворенности. В чем их принципиальное различие? Какой из этих показателей является более информативным для сервисной компании (например, службы доставки или логистического оператора) и почему?

5. Опишите дизайн эксперимента (*A/B-теста*) для проверки гипотезы о влиянии цвета кнопки «Оформить заказ» или изменения текста на странице оплаты на конверсию в интернет-магазине. Сформулируйте нулевую и альтернативную гипотезы, опишите структуру контрольной и экспериментальной групп, а также определите метрику для оценки успешности теста.

*Критерии и шкала оценивания на основе БРС. Критерии и балльная шкала определяются преподавателем*

Критерии оценивания	Результат в баллах
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	90-100
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	75-89
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	60-74
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-59

## 7. Методические материалы по освоению дисциплины

### Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому

обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

#### Самостоятельная работа на лекции

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

#### Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

#### Структура практического занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.

2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность — до 15 минут. Вторая часть — выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность — 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

#### Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

## 8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

### 8.1. Основная литература

1. Конституция РФ. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/2](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/2).
2. Гражданский кодекс РФ. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/Cons\\_doc\\_LAW\\_5142/3](http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_5142/3).
4. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 28.12.2025, с изм. от 17.02.2026) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2026). – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/Cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_305/)
5. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (редакция подготовлена на основе изменений,

внесенных ФЗ от 08.08.2024 N 224-ФЗ, от 01.04.2025 N 41-ФЗ, от 31.07.2025 N 324-ФЗ, N 325-ФЗ, от 29.12.2025 N 569-ФЗ). — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61798/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/)

6. Федеральный закон от 06.04.2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи».

7. Вылгина, Ю. В. Методы исследований в менеджменте : учебное пособие / Ю. В. Вылгина. — Иваново : ИГЭУ, 2020. — 96 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/154525>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8. Дмитриенко, Г. В. Методология и методы научных исследований : учебное пособие / Г. В. Дмитриенко, Д. В. Мухин. — Ульяновск : УлГТУ, 2021. — 225 с. — ISBN 978-5-9795-2148-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/259700> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

9. Дудяшова, В. П. Методология научных исследований : учебное пособие / В. П. Дудяшова. — Кострома : КГУ, 2021. — 80 с. — ISBN 978-5-8285-1132-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/177619>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

10. Жуков, Б. М. Исследование систем управления : учебник / Б. М. Жуков, Е. Н. Ткачева. — Москва : Дашков и К°, 2022. — 208 с. — ISBN 978-5-394-04459-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/277283>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

11. Дэй, Д. Г. Маркетинг, ориентированный на стоимость: Маркетинговые стратегии для обеспечения роста компании и увеличения ее акционерной стоимости / Д. Г. Дэй ; пер. с англ. — Москва : Питер, 2018. — 320 с. — ISBN 978-5-496-03254-5.

12. Котлер, Ф., Келлер, К. Л. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; пер. с англ. — 16-е изд. — Санкт-Петербург : Питер, 2022. — 848 с.

13. Малхотра, Н. К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство / Н. К. Малхотра ; пер. с англ. — 7-е изд. — Москва : Вильямс, 2021. — 1200 с. — ISBN 978-5-907365-45-8.

14. Тавокин, Е. П. Основы методики социологического исследования: учебное пособие / Е. П. Тавокин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 239 с.

15. Трофимова, Н. В. Исследование систем управления: учебное пособие / Н. В. Трофимова, В. В. Трофимов. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2021. — 180 с. — ISBN 978-5-7310-5678-9.

16. Черчилль, Г. А. Маркетинговые исследования / Г. А. Черчилль, Т. Дж. Браун ; пер. с англ. — 8-е изд. — Москва : Питер, 2023. — 704 с. — ISBN 978-5-4461-2202-3.

17. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. — Москва : Омега-Л, 2019. — 567 с.

## 8.2. Дополнительная литература

1. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510978>.

2. Макаров, А. Н. Методология научных исследований в университетах и промышленных компаниях : учебное пособие / А. Н. Макаров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. — 276 с. — ISBN 978-5-9729-1424-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/347573>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Масина, О. Н. Основы методологии научных исследований в области моделирования сложных управляемых систем : учебное пособие / О. Н. Масина, А. А. Петров, О. В. Дружинина. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2024. — 86 с. — ISBN

978-5-9765-5471-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/402131>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Родионова, Н. В. Теория и методология исследования взаимосвязи экономических и социальных показателей в системах управления предприятиями : монография / Н. В. Родионова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 317 с. — (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-012965-5. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1844426>. — Режим доступа: по подписке.

### 8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция РФ. — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/2](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/2).

2. Гражданский кодекс РФ. — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/Cons\\_doc\\_LAW\\_5142/3](http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_5142/3).

3. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 28.12.2025, с изм. от 17.02.2026) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2026). — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/Cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_305/)

4. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (редакция подготовлена на основе изменений, внесенных ФЗ от 08.08.2024 N 224-ФЗ, от 01.04.2025 N 41-ФЗ, от 31.07.2025 N 324-ФЗ, N 325-ФЗ, от 29.12.2025 N 569-ФЗ). — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61798/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/)

### 8.4. Интернет-ресурсы

<http://www.ezproxy.ranepa.ru:3561/login?url=http://www.biblio-online.ru/>

<http://www.ezproxy.ranepa.ru:3561/login?url=http://iprbookshop.ru/>

<http://www.consultant.ru/>

[www.4p.ru](http://www.4p.ru) – Новости, обзор маркетинговых рынков.

[www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru) – Энциклопедия маркетинга.

[www.marketingandresearch.ru](http://www.marketingandresearch.ru) – Электронная библиотека по маркетингу

[www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – Маркетинговая аналитика

[www.gov.ru](http://www.gov.ru) – сервер органов государственной власти РФ

[www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) – официальный сайт компании «КонсультантПлюс»;

[www.garant.ru](http://www.garant.ru) – информационно-правовой портал Гарант.ру;

<http://www.biblioclub.ru/>

Лань [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО ЭБС Лань. – Электрон. дан. – С.-Петербург, 2026. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com>.

Znaniium.com [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Знаниум. – Электрон. дан. – Москва, 2026. – Режим доступа: <http://znaniium.com>.

ЮРАЙТ [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Электрон. дан. – Москва, 2026. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.

e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: <http://elibrary.ru/>

Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/>

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

### Требования к аудиториям

Лекционные занятия: учебная аудитория для проведения лекций (вместимость не менее количества обучающихся в группе) с возможностью демонстрации презентаций и нормативных документов.

Семинарские (практические) занятия: аудитория для практических занятий, оборудованная рабочими местами для обучающихся и преподавателя, с возможностью групповой работы (в том числе в малых группах).

Помещения для самостоятельной работы: специализированная аудитория с доступом к сети Интернет и лицензионным электронно-библиотечным системам (ЭБС) для самостоятельной подготовки, выполнения расчётных заданий, написания докладов и рефератов.

### Требования к оборудованию

Доска (меловая или маркерная), интерактивная доска – для схем, таблиц, разбора кейсов.

Мультимедийный проектор – для демонстрации презентаций, видеоматериалов, нормативных документов.

Персональный компьютер (стационарный) или ноутбук для преподавателя с характеристиками: операционная система не ниже Windows 7.

При необходимости – интерактивная доска или ноутбуки для студентов при выполнении групповых заданий.

### Требования к программному обеспечению

Пакет Microsoft Office для подготовки документов, презентаций, таблиц