

3. Разработка проекта по адаптации персонала;
4. Разработка мероприятий по повышению квалификации персонала;
5. Деловая игра «Новый сотрудник»;
6. Оценка трудовых ресурсов организации;
7. Разработка проекта тьюторского сопровождения сотрудника;
8. Итоговая презентация.

При сохранении концептуальной целостности реализации учебной дисциплины, преподаватель может, с учётом особенностей студенческой группы, подбирать адекватные активные формы и методы обучения, что позволит учитывать реальный уровень компетентности и профессионально ориентированные интересы слушателей.

Изучение дисциплины также формирует знания по основным видам деятельности квалификации характеристики бакалавров. Программа разработана с ориентацией на существующий опыт российского и зарубежного опыта управления персоналом в области инновационной и проектной деятельности.

С рабочей программой учебной дисциплины можно ознакомиться на сервере ДВФУ: https://idm.dvfu.ru/uploads/personal_innov.pdf

**МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ
ПО ДИНАМИЧЕСКОМУ
ПЛАНИРОВАНИЮ ТОВАРНОГО
ПРЕДЛОЖЕНИЯ ФИРМЫ**

(методические рекомендации, часть 2)
Меркулова Ю.В.

Москва, e-mail: merkul.yuliya@gmail.com

Представленное на выставку учебное пособие в виде Методических рекомендаций по внедрению в экономику ситуационно-стратегической системы планирования, часть 2 является не только теоретико-методологической, но и прикладной разработкой по формированию принципиально новой динамической системы планирования товарного предложения фирмы. Главной целью ситуационно-стратегической системы планирования является повышение конкурентоспособности товара, т.е. предполагается, что как конкретный товар, так и товарное предложение в целом должны наилучшим образом удовлетворять общественные потребности – потребительский спрос. Тем самым получение текущих и даже долгосрочных прибылей уже не являются главными целями планирования, а становятся производными от реализации главной цели, так как их получение и размеры ставятся в зависимость от достижения главной цели – наилучшего удовлетворения товаром потребительского спроса. В этом очень важное и ключевое отличие рекомендуемой системы планирования от тех систем, которые существовали в России до этого. В представленных на

выставку и конкурс Методических рекомендаций, часть 2 предлагается:

во-первых, методология расчёта показателей делового окружения фирмы, целевой функции товара, показателей насыщенности, широты ТН, широты, глубины, гармоничности, эластичности ТА, а также основных показателей, определяющих конкурентоспособность определённого вида товара;

во-вторых, методология адресного планирования ресурсной обеспеченности и рационального использования ресурсов, т.е. по конкретным видам продукции и с учётом реализуемых товарных стратегий;

в-третьих, методология динамического планирования ресурсных и товарных стратегий в их взаимосвязи и с учётом комплексного жизненного цикла конечного изделия и ресурсов, используемых при его изготовлении;

в-четвёртых, методология множественной оптимизации на основе использования теории множеств и построении специальных матриц оптимизации и корректировок при планировании основных показателей конкурентоспособности товара, параметров его целевой функции, показателей товарных номенклатуры и ассортимента и товарного предложения фирмы или отрасли в целом, а также показателей ресурсной обеспеченности и использования ресурсов при изготовлении конкретного вида товара. В данных методических рекомендациях все теоретические аспекты принципиально новой системы планирования подкрепляются конкретными практическими рекомендациями по исчислению показателей, применению новых форм и методов планирования.

При решении задач множественной оптимизации рекомендуется находить наилучшую сочетаемость показателей не только в рамках одного множества, но и учитывать как различные множества сочетаются друг с другом в рамках одной системы, какой единый синергетический эффект они дают для достижения цели повышения конкурентоспособности товара. Например, оптимальное сочетание значений фондёмкости, трудоёмкости, материалоёмкости, себестоимости конкретного товара в течение его жизненного цикла должно органично сочетаться с множеством показателей его позиционирования: объёмом, качеством и ценой на стадиях жизненного цикла его предложения на рынке. В рамках единого товарного предложения фирмы или отрасли должны органично сочетаться друг с другом показатели предложения различных товаров, так как следует учитывать, что увеличение объёмов предложения одних товаров может приводить к снижению спроса на другие. Поэтому не только показатели объёмов, цены, качества конкретного вида товара находятся в зависимости друг от друга (например, изменение цен влияет как на качество, так и на

объёмы предложения товара), но и данное множество показателей влияет на другие множества показателей различных видов товаров, входящих в товарное предложение фирмы. При планировании подобных сложных систем задачи оптимизации следует решать в несколько этапов и использовать для этого основы теории множеств. Но главное, что при оптимизации каждого из множеств следует исходить не только из соображений его органичного сочетания с другими множествами, но и соображений достижения наилучшего достижения главной цели – повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции и товарного предложения фирмы в целом. Какие же предлагаются основные манёвры корректировок в целях достижения данной главной цели и решения оптимизационных задач?

Во-первых, маневры ресурсами, показателями их закупок, их загруженностью, затратностью, влиянием на качество конечного продукта и его цену;. Во-вторых, маневры со сменой поставщиков ресурсов, обыгрыванием конкурентов на ресурсных рынках. В-третьих, маневры с показателями товарных номенклатуры и ассортимента за счёт расширения или сужения, изменения глубины предложения, гармоничности, эластичности ТА, расширения или сужения покупательской конъюнктуры. В-четвёртых, маневры с параметрами целевой функции конкретного товара, с показателями его объёма, качества, цены предложения на различных локальных рынках в целях повышения его конкурентоспособности и стимулирования спроса на него на внутренних и мировых рынках. В-пятых, маневры на товарных рынках со стимулированием спроса, формированием покупательской конъюнктуры фирмы, с обыгрыванием конкурентов и вариантами позиционирования товаров. Рекомендуется методология прогноза тенденций перелива покупателей из одного потребительского сегмента в другой в результате изменения их платёжеспособности и качественных запросов, а также методология планирование в зависимости от этого зон позиционирования товаров на рынке по мере прохождения ими стадий жизненного цикла своего предложения, т.е. с учётом объективного изменения не только запросов потребителей, но и потребительской стоимости самих товаров.

Для практической реализации сделанных рекомендаций мной разработана база данных для хранения и последующей машинной обработки систематизированных сведений для динамического планирования фирмой товарного предложения (БД ДПФ ТП). Данная база данных является авторской разработкой и обладает целостностью в рамках реализуемой ситуационно-стратегической системы планирования. Она систематизирует сведения о процессе и показателях динамического планирования фирмой

товарного предложения и интенсивного использования ресурсов в их взаимосвязи и с учётом их влияния на конкурентоспособность товаров. Назначение базы данных – для хранения и последующей машинной обработки систематизированных сведений о показателях планирования делового окружения фирмы на ресурсных и товарных рынках, о стадиях жизненных циклов различных ресурсов и товаров, выпускаемых при их использовании, а также о показателях ресурсных и товарных стратегий и их динамических взаимосвязях. Областью применения БД являются предприятия, предпринимательские структуры, но она может использоваться и специалистами Минэкономразвития, отраслевых и региональных структур.

Представляемые Методические рекомендации, часть 2 являются не только учебно-методическим пособием для обучения студентов и аспирантов экономических кафедр, но и имеют прикладное значение. Приводимые в них показатели исследования, формы и методы планирования рекомендуется применять в практической деятельности. Поэтому они предназначены для использования специалистами министерств, ведомств, ситуационно-стратегических центров планирования, могут представлять интерес для широких деловых кругов, предпринимателей, управленцев, экономистов.

СИТУАЦИОННО-СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ЭКОНОМИКЕ (монография)

Меркулова Ю.В.

Москва, e-mail: merkul.yuliya@gmail.com

Представленная на выставку научная монография в 2-х томах на тему: «Ситуационно-стратегическое планирование в экономике» Том 1 «Методология оптимизации показателей спроса и предложения» и Том 2 «Моделирование оптимальных стратегий и программ» является теоретико-методологической научной разработкой, имеющей как теоретическую важность, так и прикладное значение. Оба тома монографии посвящены разработке принципиально новой системы планирования, осуществляемой на всех уровнях хозяйствования и позволяющей реализовать народнохозяйственный, комплексный, системный, динамические подходы. 2-й том монографии раскрывает общую концепцию рекомендуемой ситуационно-стратегической системы планирования, а 1-й том конкретизирует методологию её осуществления главным образом на предприятии. Однако *главной отличительной особенностью* рекомендуемой ситуационно-стратегической системы планирования является то, что предлагается её использовать не только на микроэкономическом уровне конкретных то-