

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«СЕВАСТОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра «Экономика предприятия»

ПЛАНИРОВАНИЕ СБЫТА ПРОДУКЦИИ

Методические указания
к выполнению лабораторной работы № 1
по дисциплине «Планирование на предприятии (организации)»
для студентов направления 38.03.01 – Экономика
(профиль – Экономика предприятий и организаций)
всех форм обучения

Севастополь
СевГУ
2024

УДК 658.8.012.2(076.5)

ББК 65.290-2я73

ПЗ7

Р е ц е н з е н т :

А.Ф. Белинский - канд. эконом. наук, доцент

Составители: М.Ю. Тарабардина, А.А. Резаев, А.В. Малов

ПЗ7 Планирование сбыта продукции : методические указания к выполнению лабораторной работы № 1 по дисциплине «Планирование на предприятии (организации)» для студентов направления 38.03.01– «Экономика» (профиль – Экономика предприятий и организаций) всех форм обучения / Севастопольский государственный университет, кафедра «Экономика предприятия»; сост.: М. Ю. Тарабардина, А. А. Резаев, А. В. Малов. – Севастополь : СевГУ, 2024. – 17 с. – Текст : электронный.

Целью методических указаний является закрепление и углубление знаний, приобретенных студентом в процессе изучения курса «Планирование на предприятии (организации)», формирование у студентов навыков работы с учебной и специальной литературой, выполнения экономических расчетов.

Методические указания предназначены для студентов направления 38.03.01 – «Экономика» (профиль – Экономика предприятий и организаций) всех форм обучения.

УДК 658.8.012.2(076.5)

ББК 65.290-2я73

Методические указания рассмотрены и рекомендованы к изданию на заседании кафедры «Экономика предприятия», протокол № 6 от 30 декабря 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель лабораторной работы.....	4
2. Теоретическая часть.....	4
3. Порядок выполнения лабораторной работы.....	7
4. Контрольные вопросы.....	14
5. Требования к содержанию отчета по лабораторной работе.....	14
6. Литература.....	16
Приложение А. Пример оформления титульного листа отчета по лабораторной работе.....	17

1. ЦЕЛЬ ЛАБОРАТОРНОЙ РАБОТЫ

Цель работы – углубление теоретических знаний и приобретение практических навыков экономического обоснования объема и структуры реализации продукции в плановом периоде.

Задачи работы:

- изучение целей расчета планируемого объема сбыта на предприятии;
- приобретение навыков самостоятельного проведения расчетов, связанных с производством и реализацией объемов продукции;
- формирование у студентов практических навыков и умений по управлению и регулированию плановыми объемами сбыта на основании фактических данных.

2. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Рынок предусматривает тесную взаимосвязь между процессами производства, распределения и потребления продукции. Каждое предприятие планирует производство продукции только в таких объемах и сроках, которые отвечают запросам потребителей и на их основе определяются все плановые показатели.

Для достижения поставленной цели в процессе составления плана сбыта необходимо решить ряд задач:

1. Определение прогнозных значений сбытовых параметров на основе маркетинговых исследований;
2. Определение планового ассортимента с использованием концепции жизненного цикла товара;
3. Обоснование объема продаж в натуральном выражении в разрезе ассортиментных групп, подразделений, рыночных сегментов и т.д.;
4. Выбор методов ценообразования и обоснование цен на продукцию;
5. Определение объема продаж в стоимостном выражении и его структуры.

В общем приближении план сбыта может состоять из следующих разделов:

1. Результаты маркетинговых исследований и анализ рыночной среды;
2. Планирование ассортимента и оценка конкурентоспособности продукции;
3. Обоснование выбора метода ценообразования и планирование цены;
4. Планирование объема и структуры продаж.

Составление плана сбыта является предварительным этапом составления производственной программы. В тоже время, план сбыта служит основой для составления общепроизводственных и других смет расходов на производство и реализацию продукции.

Таким образом, в плане сбыта рассматриваются такие показатели – количество продукции, работ, услуг каждого вида (в натуральной и стоимостной форме), цена продукции, удельный вес определенного вида

продукции в общем объеме продаж, общий объем продаж. В план сбыта, также включаются требования к качеству продукции, сроки и условия поставок (по факту отгрузки, в кредит, авансом, скидки в ценах, уровень инфляции, потери на этапе оборота, безнадежные долги клиентов и т.п.).

Плановый объем продаж можно рассчитать исходя из четырех подходов.

Первый подход основан на определении возможного объема спроса на продукцию.

Второй подход основан на определении возможного объема предложения при существующих производственных возможностях.

Третий подход – смешанный, объединяет первые два подхода. Четвертый подход – статистический.

В первом случае плановый объем продаж (Q_{np}) будет равен индивидуальному уровню спроса, то есть определяется максимальной потребностью субъектов экономики в продукции предприятия за определенный период и по определенной цене:

$$Q_{np} = \frac{Q_p \times I_Q \times \alpha}{100}, \quad (1)$$

где Q_p – емкость рынка, нат.ед., руб.; I_Q – темп роста емкости рынка в плановом периоде; α – рыночная доля конкретного предприятия, %.

Во втором случае Q_{np} учитывает не только максимальный объем произведенной в плановом периоде продукции (индивидуальный объем предложения предприятия), но и остатки нереализованной в минувшем (отчетном) периоде готовой продукции. В общем виде объем продаж рассчитывается по формуле:

$$Q_{np} = Q \pm \Delta ГП, \quad (2)$$

где Q – плановый объем выпуска продукции, нат.ед., руб.; $\Delta ГП$ – изменение остатков готовой продукции, нат.ед., руб.

Данная формула имеет смысл при неравномерном или нестабильном производстве, например, при сезонных колебаниях производства. Поэтому план сбыта, как правило, составляется на каждый месяц.

При равномерных поставках ($\Delta ГП=0$) объем продаж на плановый период может быть определен как произведение среднесуточного выпуска продукции и периода времени по формуле:

$$Q_{np} = Q_c \times t, \quad (3)$$

где Q_c – среднесуточный выпуск, нат.ед., руб.; t – запланированный период сбыта, дн.

При третьем подходе необходимо сопоставлять индивидуальный уровень спроса с максимально возможным объемом выпуска продукции.

Если $\frac{Q_p \times I_Q \times a}{100} \geq Q$, то:

$$Q_{np} = Q \pm \Delta ГП. \quad (4)$$

Если $\frac{Q_p \times I_Q \times a}{100} \leq Q$, то:

$$Q_{np} = \frac{Q_p \times I_Q \times a}{100} \pm \Delta ГП. \quad (5)$$

Четвертый подход – статистический, является основным методом расчета объема продаж в стабильной экономике:

$$Q_{np} = Q_{np}^{\phi} \times I_Q, \quad (6)$$

где Q_{np}^{ϕ} – фактический объем продаж отчетного периода, нат.ед., руб.; I_Q – темп роста объема продаж в плановом периоде (может быть рассчитан: на основании среднегодовых темпов роста объема продаж, по уравнению регрессии, индексным методом, скользящей средней и т.д.).

Виды методов планирования величины продаж.

Методы планирования объема продаж можно свести в две группы:

- основанные на экспертных оценках (интуитивные);
- экономико-математические (формализованные).

Интуитивные методы используются в тех случаях, когда невозможно учесть влияние многих факторов из-за значительной сложности объекта планирования. В этом случае используются оценки экспертов.

Интуитивные методы планирования величины продаж предполагают изучение мнений специалистов предприятий производителей и потребителей, торгово-посреднических фирм, предприятий розничной торговли, консалтинговых организаций о возможных объемах продаж продукции и ценах в плановом периоде. На их основе экспертным путем определяется три вида прогноза продаж: оптимистический, пессимистический и рациональный (вероятностный).

Ожидаемый объем продаж продукции в плановом периоде можно определить по формуле

$$Q_{np} = \frac{Q_o + 4Q_s + Q_n}{6}, \quad (7)$$

где Q_o , Q_s , Q_n – объемы продаж, соответственно, оптимистический, вероятностный, пессимистический, нат.ед., руб.

Так как любой прогноз носит вероятностный характер, то рассчитывается доверительный интервал возможного объема продаж по формуле

$$d = Q_{np} \pm \frac{2(Q_o - Q_n)}{6}, \quad (8)$$

где $(Q_o - Q_n)/6$ – стандартное отклонение оценок продаж, нат.ед., руб.

Основным фактором успеха при расчете объемов продаж в данном случае является квалификация экспертов. Поэтому эксперты должны знать особенности продукции, рынок, конкурентов, и их продукцию, тенденции научно-технического прогресса, динамику цен и т.д.

Экономико-математические методы включают обширный арсенал различных количественных средств, например:

- методы корреляционно-регрессионного анализа;
- метод скользящей средней;
- метод наименьших квадратов;
- метод экспоненциального сглаживания;
- методы линейного программирования;
- методы, основанные на использовании коэффициентов эластичности.

Эти методы базируются на математической теории, которая обеспечивает повышение достоверности и точности показателей плана сбыта, значительно сокращает сроки их определения, позволяет обеспечить деятельность по обработке информации и оценке результатов.

3. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ ЛАБОРАТОРНОЙ РАБОТЫ

Предприятие ООО «Уют» специализируется на производстве мебели и располагается в городе с численностью населения 514 тыс. чел. Наибольшим спросом пользуется линия ортопедических диванов.

Ассортимент представлен четырьмя видами:

- диван-книжка;
- диван-еврокнижка;
- диван-аккордеон;
- выкатной диван.

Предприятие работает четыре года. В 2019 г. предприятие реализовало N ед. мебели с последующим ежегодным увеличением объема сбыта на 12 %.

На 2022 г. аналогичную продукцию реализуют городская мебельная фабрика (L ед.), а также оптовые поставщики (K ед.).

Задание 1. Используя исходные данные в таблице 3.1 и структуру реализации диванов (таблица 3.2) определить потенциальный спрос в городе на рассматриваемую продукцию, потенциальную и реальную емкость рынка данной продукции в городе, а также составить план сбыта на год в натуральных единицах и денежном выражении.

Таблица 3.1 – Объемы реализации, ед.

№ варианта	N в 2019г.	L в 2022г.	K в 2022г.
1	9300	12700	111000
2	9550	12800	111500
3	10200	12900	112000
4	10480	13000	112500
5	10900	13100	113000
6	11400	13200	113500
7	11750	13300	114000
8	12150	13400	114500
9	12500	13500	115000
10	12950	13600	115000

Таблица 3.2 – Структура реализации ортопедических диванов

№ варианта	Наименование продукции	Удельный вес в общем объеме, %	Цена единицы продукции, руб.
1	диван-книжка	26	11990
	диван-еврокнижка	30	13990
	диван-аккордеон	24	12490
	выкатной диван	20	16190
2	диван-книжка	25	11990
	диван-еврокнижка	35	13990
	диван-аккордеон	21	12490
	выкатной диван	19	16190
3	диван-книжка	25	11990
	диван-еврокнижка	40	13990
	диван-аккордеон	20	12490
	выкатной диван	15	16190
4	диван-книжка	27	11990
	диван-еврокнижка	33	13990
	диван-аккордеон	23	12490
	выкатной диван	17	16190
5	диван-книжка	34	11990
	диван-еврокнижка	35	13990
	диван-аккордеон	19	12490
	выкатной диван	12	16190
6	диван-книжка	24	11990
	диван-еврокнижка	36	13990
	диван-аккордеон	20	12490
	выкатной диван	20	16190
7	диван-книжка	25	11990
	диван-еврокнижка	40	13990
	диван-аккордеон	20	12490
	выкатной диван	15	16190

Продолжение таблицы 3.2

8	диван-книжка	26	11990
	диван-еврокнижка	30	13990
	диван-аккордеон	24	12490
	выкатной диван	20	16190
9	диван-книжка	34	11990
	диван-еврокнижка	35	13990
	диван-аккордеон	19	12490
	выкатной диван	12	16190
10	диван-книжка	25	11990
	диван-еврокнижка	35	13990
	диван-аккордеон	21	12490
	выкатной диван	19	16190

Задание 2. Используя исходные данные в таблице 3.3 и информацию о росте объема продаж за 2019-2022 гг. рассчитать показатели динамики и ожидаемый объем продаж на 2023 год интуитивным методом. Изменение фактических объемов продаж представить графически.

Таблица 3.3 – Оптимистический, пессимистический объем продаж

Вариант	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Оптимистический объем продаж, ед.	29947	34100	36753	37406	39559	41712	42865	44018	45171	46324
Пессимистический объем продаж, ед.	10355	10600	10770	11000	11215	11430	12245	12860	13075	13290

Задание 3. Известны процентные доли от общего объема продаж за 2022 год по кварталам (таблица 3.4). Рассчитать фактический объем продаж за 2022 год, а также плановый объем продаж на 1 квартал 2023 года в натуральном выражении статистическим методом. Темп роста определить цепным методом.

Таблица 3.4 – Исходные данные для выполнения задания 3

Вариант	Наименование продукции	Объем продаж в 2022 г., %			
		1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
1	диван-книжка	4,2	5,7	9,0	5,5
	диван-еврокнижка	5,3	5,6	12,0	8,4
	диван-аккордеон	3,1	5,2	7,3	6,3
	выкатной диван	3,1	4,9	8,5	5,9
2	диван-книжка	5,4	5,1	8,3	5,4
	диван-еврокнижка	5,5	9,0	9,7	7,6
	диван-аккордеон	4,2	5,3	11,8	4,5
	выкатной диван	5,1	3,2	6,8	3,1

Продолжение таблицы 3.4

3	диван-книжка	4,3	6,3	8,2	6,4
	диван-еврокнижка	5,9	6,2	8,9	7,7
	диван-аккордеон	3,7	4,2	10,2	6,7
	выкатной диван	3,2	5,8	7,9	4,6
4	диван-книжка	5,7	6,1	8,8	5,6
	диван-еврокнижка	6,2	6,3	7,6	6,9
	диван-аккордеон	2,8	3,5	9,2	7,6
	выкатной диван	4,5	4,9	8,3	5,9
5	диван-книжка	4,1	6,4	7,8	5,2
	диван-еврокнижка	6,9	7,5	10,4	7,9
	диван-аккордеон	1,7	2,9	8,0	7,2
	выкатной диван	4,6	5,9	8,2	5,3
6	диван-книжка	4,1	6,5	7,6	6,8
	диван-еврокнижка	5,2	5,4	9,5	6,6
	диван-аккордеон	2,5	3,2	8,7	7,6
	выкатной диван	6,5	6,8	8,8	4,2
7	диван-книжка	6,4	7,1	8,1	6,7
	диван-еврокнижка	5,8	6,8	9,6	8,0
	диван-аккордеон	4,7	5,2	7,6	2,7
	выкатной диван	3,9	6,8	7,7	2,8
8	диван-книжка	5,8	6,5	7,5	6,0
	диван-еврокнижка	6,2	6,4	10,0	6,3
	диван-аккордеон	5,0	6,5	9,1	4,0
	выкатной диван	5,5	5,8	6,5	2,8
9	диван-книжка	4,5	5,3	6,6	6,8
	диван-еврокнижка	5,0	7,5	8,2	6,8
	диван-аккордеон	5,1	6,5	7,7	7,4
	выкатной диван	4,5	6,9	9,1	1,9
10	диван-книжка	4,5	5,3	8,3	7,5
	диван-еврокнижка	5,0	7,8	10,0	8,9
	диван-аккордеон	4,2	6,5	10,6	9,6
	выкатной диван	2,0	3,3	2,9	3,5

Этапы проведения лабораторной работы:

1. Для выполнения лабораторной работы каждый обучающийся выбирает один из десяти предложенных вариантов.

2. Выполнение задания 1.

2.1 Ввести данные в MS Excel.

2.2 Исходя из предположения, что в среднем на семью из трех человек приходится как минимум один диван, потенциальный годовой спрос рассчитывается делением общего количества населения в городе на три человека.

Потенциальная емкость рынка - это размер рынка, который предполагает максимальный спрос на данный продукт среди всех потребителей. Рассчитывается путем вычитания из потенциального годового спроса на рассматриваемый продукт объемов реализации отдельных предприятий, действующих на рынке.

Фактическая емкость рынка – это показатель, основанный на текущем развитии спроса, т.е. то количество продукции, которое ООО «Уют» собирается изготовить и поставить на рынок в плановом году (формула 1).

2.3 План сбыта продукции (таблица 3.5) составляется на основе сложившегося ассортимента. Объем продаж каждого вида диванов определяется планом сбыта всей продукции и удельным весом каждого вида продукции, указанным в задании.

Таблица 3.5 - План сбыта продукции на 2023 г.

Наименование продукции	Плановый объем сбыта, ед.	Цена единицы, руб.	Выручка от реализации, тыс. руб.
диван-книжка			
диван-еврокнижка			
диван-аккордеон			
выкатной диван			
Итого			

3. Выполнение задания 2.

3.1 Ввести данные в MS Excel.

3.2 Для количественной оценки динамики применяются следующие статистические показатели: абсолютный прирост, темпы роста и прироста и др.

Для расчета показателей динамики на постоянной базе каждый уровень ряда сравнивается с одним и тем же базисным уровнем. Исчисляемые при этом показатели называются базисными. Для расчета показателей динамики на переменной основе каждый последующий уровень ряда сравнивается с предыдущим. Вычисленные таким образом показатели называются цепными.

Важнейшим статистическим показателем динамики является абсолютный прирост, который определяется в разностном сопоставлении двух уровней ряда динамики в единицах измерения исходной информации. Базисный абсолютный прирост исчисляется как разность между сравниваемым уровнем ряда и уровнем, принятым за постоянную базу сравнения. Цепной абсолютный прирост – разница между сравниваемым уровнем ряда и уровнем, который ему предшествует.

Темп роста характеризует отношение двух уровней ряда и может выражаться в виде коэффициента или в процентах.

Базисные темпы роста исчисляются делением сравниваемого уровня на уровень, принятый за постоянную базу сравнения.

Цепные темпы роста исчисляются делением сравниваемого уровня на предыдущий уровень.

Темп роста всегда имеет положительный знак.

Темпы прироста характеризуют абсолютный прирост в относительных величинах. Исчисляемый в процентах темп прироста показывает, на сколько процентов изменился сравниваемый уровень с уровнем, принятым за базу сравнения.

Базисный темп прироста вычисляется делением сравниваемого базисного абсолютного прироста на уровень, принятый за постоянную базу сравнения.

Цепной темп прироста – это отношение сравниваемого цепного абсолютного прироста к предыдущему уровню.

Если уровни ряда динамики сокращаются, то соответствующие показатели темпа прироста будут со знаком «минус», так как они характеризуют относительное уменьшение прироста уровня ряда динамики.

Результаты расчетов представить в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Расчет показателей динамики объема продаж

Годы	Абсолютный прирост, ед.		Темп роста, %		Темп прироста, %	
	базовый	цепной	базовый	цепной	базовый	цепной
2018						
2019						
2020						
2021						

Интуитивный метод планирования величины продаж основывается на методе экспертных оценок, с помощью которого определяется оптимистический, пессимистический и рациональный (вероятностный) прогнозы продаж.

Данные по оптимистическому и пессимистическому объему продаж представлены в таблице 3.2, рациональный (вероятностный) объем продаж необходимо определить методом скользящей средней, используя данные объема продаж за предыдущие 4 года из таблицы 3.1.

3.3 Расчет ожидаемого объема продаж продукции в плановом периоде проводится с помощью формулы 7.

3.4 Так как любой прогноз носит вероятностный характер, необходимо рассчитать доверительный интервал возможного объема продаж (формула 8).

Расчеты представить в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Расчет вероятностного и фактического объема продаж

Показатель	Значение			
	2018	2019	2020	2021
Фактический объем продаж, ед.				
Среднее значение 1, ед.				
Среднее значение 2, ед.				
Вероятностный объем продаж, ед.				
Ожидаемый объем продаж в плановом периоде, ед.				
Доверительный интервал	от		до	

4. Выполнение задания 3.

4.1 Ввести данные в MS Excel.

4.2 Рассчитать фактический объем продаж за 2022 год, результаты занести в таблицу 3.8.

Таблица 3.8 – Фактические объемы продаж в 2022 г.

Наименование продукции	Фактический объем продаж в 2022 г., ед.			
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
диван-книжка				
диван-еврокнижка				
диван-аккордеон				
выкатной диван				

4.3 Рассчитать средний темп роста, заполнив таблицу 3.9. Расчет производится со второго квартала. Расчет планового объема продаж на 1 квартал 2023 года производится по формуле 6, результаты вносятся в таблицу 3.9. На основе полученных данных построить график динамики объема продаж в натуральном выражении.

Таблица 3.9 – Расчет среднего темпа роста

Наименование продукции	Темп роста, %				Средний темп роста, %	Плановый объем продаж
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал		
диван-книжка	100					
диван-еврокнижка	100					
диван-аккордеон	100					
выкатной диван	100					

5. Заполнить итоговую таблицу 3.10 и сделать выводы к проведенным расчетам.

Таблица 3.10 – Итоги

[illegible]

4. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Что является целью планирования сбыта на предприятии? Какие при этом решаются задачи?
2. Охарактеризуйте взаимосвязи плана сбыта с основными планами предприятия.
3. Какие этапы планирования сбыта продукции существуют?
4. На основании каких подходов можно рассчитать плановый объем продаж?
5. Какие методы планирования величины продаж существуют и в чем особенности их применения?
6. Что такое реклама? Перечислите методы планирования бюджета расходов на рекламную деятельность.

5. ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ ОТЧЕТА ПО ЛАБОРАТОРНОЙ РАБОТЕ

Отчет по лабораторной работе должен состоять из следующих разделов (обязательных элементов):

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Цель лабораторной работы
4. Исходные данные и постановка задачи
5. Ход работы
6. Выводы по лабораторной работе.
7. Литература

Важное значение имеет также правильное оформление отчета. Отчет должен быть оформлен в соответствии с государственными стандартами (ГОСТ 7.32-2001 Оформление отчетов научно-исследовательской работы) и учитывать современные требования к библиографическому описанию документов.

На титульном листе указывается: министерство, название вуза, кафедры, номер и название лабораторной работы, группа, фамилия и инициалы, год выполнения отчета (**пример заполнения титульного листа представлен в приложении А**).

На следующем листе приводится содержание отчета с указанием страниц соответствующих разделов.

Ниже приведены отдельные выдержки из ГОСТ 7.32-2001, применимые для оформления отчета.

Отчет оформляется на листах формата А4 (210.297 мм), текст печатается только на одной стороне листа (вторая сторона листа чистая). Размеры полей на странице: верхнее, левое, нижнее – не менее 20 мм (лучше 25 мм), правое – не менее 10 мм (лучше 15 мм). Страницы нумеруются арабскими цифрами. Отчет оформляется на листах формата А4 (210.297 мм), текст печатается только на одной стороне листа (вторая сторона листа чистая). Размеры полей на странице:

верхнее, левое, нижнее – не менее 20 мм (лучше 25 мм), правое – не менее 10 мм (лучше 15 мм). Страницы нумеруются арабскими цифрами (2,3,4,...). Номера страниц указываются в правом верхнем углу. Первая страница считается, но номер на ней не ставится.

Для всего отчета - шрифт Times New Roman, 12, интервал между строками – полуторный. Использовать полужирный шрифт, курсив и подчеркивание не желательно, но разрешается для выделения значимых, по мнению автора, элементов текста. Абзацные отступы – минимум 1,25 см, при этом размер отступа должен быть одинаковым для всей работы.

Переносы в названиях не допускаются.

Работа разделяется на разделы. Каждый раздел начинается с новой страницы и нумеруется цифрами 1, 2, 3... После цифры точка не ставится. Название раздела пишется заглавными буквами, по центру строки без абзацного отступа. В разделе могут быть подразделы, которые также нумеруются. В номере подраздела – 2 цифры. Первая – номер раздела, вторая – номер подраздела. Эти две цифры разделяются точкой. Например, 1.2 – 2-й подраздел 1-го раздела.

В тексте могут быть перечисления. Перед перечислением – двоеточие. Перед каждой позицией перечисления – строчная (маленькая) буква со скобкой или дефис. Если есть второй уровень детализации – то дефис использовать нельзя. Второй уровень нумеруется цифрами со скобкой. В конце каждой позиции (кроме последней) – точка с запятой, в конце последней – точка.

В тексте работы могут быть рисунки. На все рисунки должны быть ссылки, которые располагаются перед рисунком. Все рисунки нумеруются двумя цифрами. Первая цифра – номер раздела, затем – точка, затем – порядковый номер рисунка в разделе. Например, рисунок 1.2 – 2-й рисунок 1-го раздела. Цифры и текст на рисунках должны быть примерно такого же размера, что и текст. Все рисунки должны быть подписаны. Под рисунком по центру пишется «Рисунок 1.1 – Название рисунка». Слово «Рисунок» - полностью. После названия точка не ставится.

Таблицы нумеруются аналогично рисункам. На все таблицы должны быть ссылки, которые располагаются перед таблицей. Над таблицей – заголовок, который начинается со слова «Таблица» с указанием номера и названия таблицы. Выравнивание – по ширине, с абзацным отступом. Сама таблица выравнивается по центру. Если таблица маленькая, то ее заголовок можно выровнять по центру, без абзацного отступа. Если таблица не поместилась на одну страницу, на следующей странице – «Продолжение таблицы 1.1» (название таблицы не пишется) и продолжение таблицы.

6. ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов, А. Г. Планирование и контроль на предприятии : учебное пособие для студентов вузов, которые обучаются по образовательно-профессиональной программе бакалавра по направлению "Экономика предприятия" / А. Г. Баранов. - Севастополь : Издательство Севастопольского национального технического университета, 2012. - 178 с.
2. Бухалков, М. И. Планирование на предприятии : учебник / М. И. Бухалков. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 411 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1237097> (дата обращения: 31.10.2023). — Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-003931-2. - Текст : электронный.
3. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии / Дубровин И. А. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 432 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/411352> (дата обращения: 31.10.2023). — Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-02658-4. - Текст : электронный.
4. Ильин, А. И. Планирование на предприятии : учебное пособие / А. И. Ильин. - 9-е изд., стер. - Москва : ИНФРА-М ; Минск : Новое знание, 2014. - 668 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/405403> (дата обращения: 31.10.2023). — Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-004691-4. - Текст : электронный.
5. Литвинова, Т. Н. Планирование на предприятии (в организации) : учеб. пособие / Т. Н. Литвинова, И. А. Морозова, Е. Г. Попкова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 156 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1946498> (дата обращения: 31.10.2023). — Режим доступа: по подписке. — www.dx.doi.org/10.12737/14982. - ISBN 978-5-16-011296-1. - Текст : электронный.
6. Савкина, Р. В. Планирование на предприятии : учебник для бакалавров / Р. В. Савкина. - 5-е изд., стер. - Москва : Дашков и К°, 2023. - 320 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083294> (дата обращения: 31.10.2023). — Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-05146-3. - Текст : электронный.

ПРИЛОЖЕНИЕ А**Пример оформления титульного листа отчета по лабораторной работе**

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Севастопольский государственный университет

Кафедра «Экономика предприятия»

(полное название кафедры)

**ОТЧЕТ
ПО ЛАБОРАТОРНОЙ РАБОТЕ**

по дисциплине Планирование на предприятии (организации)
(название дисциплины)

на тему: Планирование сбыта продукции

Студента(ки) IV курса ЭК/б–46о группы
направления 38.03.01 - Экономика

профиля Экономика предприятий и
организаций

Иванов А.А.

(фамилия и инициалы)

Руководитель ст. преп. кафедры ЭП,
Тарабардина М.Ю.

(должность, ученое звание, научная степень, фамилия и инициалы)

Национальная шкала _____

Количество баллов: _____ Оценка: ECTS _____

ПЛАНИРОВАНИЕ СБЫТА ПРОДУКЦИИ

*Методические указания
к выполнению лабораторной работы № 1*

Составители: **Тарабардина** Маргарита Юрьевна,
Резаев Алексей Александрович, **Малов** Антон Витальевич

В авторской редакции

Изд. № 192/2023. Объем 1,25 п.л. Усл. печ. л. 1,16. Уч.-изд. л. 1,23.
РИИЦМ ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»