

Самостійна робота

Змістовий модуль	Питання для самостійного опрацювання
1	Тема 1. Сутність та класифікація бізнес-процесів підприємства 1. Підходи до визначення поняття «бізнес-процес». 2. Основні критерії класифікації бізнес-процесів. 3. Класифікація бізнес-процесів згідно моделі Міжнародної Бенчмаркінгової Палати (International Benchmarking Clearinghouse). 4. Основні та допоміжні (обслуговуючі) бізнес-процеси. Творча робота з визначення бізнес-процесів підприємства.
2	Тема 2. Моделі у ресурсних та розподільчих бізнес-процесах 1. Основні етапи вирішення задачі вибору постачальника. 2. Основні групи показників для оцінки постачальників. 3. Критерії оцінки перевізників. 4. Методи визначення вагових коефіцієнтів для показників при оцінці постачальників. 5. Основні методи розв'язання багатокритеріальної задачі вибору посередника. 6. . MRP системи планування потреби в матеріальних ресурсах 7. Гравітаційна модель Д. Хаффа та її застосування у розподільчих бізнес-процесах. 8. Економетричні моделі у розподільчих бізнес-процесах.
3	Тема 3. Методи управління запасами в операційних бізнес-процесах 1. Етапи проведення ABC-аналізу. 2. Обмеження застосування ABC-аналізу. 3. Етапи проведення XYZ-аналізу. 4. Сутність поєднаного використання ABC- та XYZ-аналізу. Тема 4. Оптимізаційні моделі у логістичних бізнес-процесах 1. Структура витрат на виконання замовлення. 2. Структура витрат на зберігання запасів. 3. Детерміновані моделі управління запасами. Тема 5. Недетерміновані моделі управління закупками у виробничих бізнес-процесах 1. Обмеження використання нетермінованих моделей. 2. Визначення вхідних параметрів нетермінованих моделей управління запасами.
4	Тема 6. Моделі і методи у маркетингових бізнес-процесах 1. Модель CLV (Customer Lifetime Value). 2. Модель організації управління товарними категоріями The Partnering Group. 3. CRM (Customer Relationship Management) як бізнес-процес. 4. Моделі електронного маркетингу (SEO-оптимізація, контекстна реклама, SMM, email-маркетинг). 5. Моделі ідентичності та позиціонування бренда. 6. Моделі капіталу та оцінки бренда.