

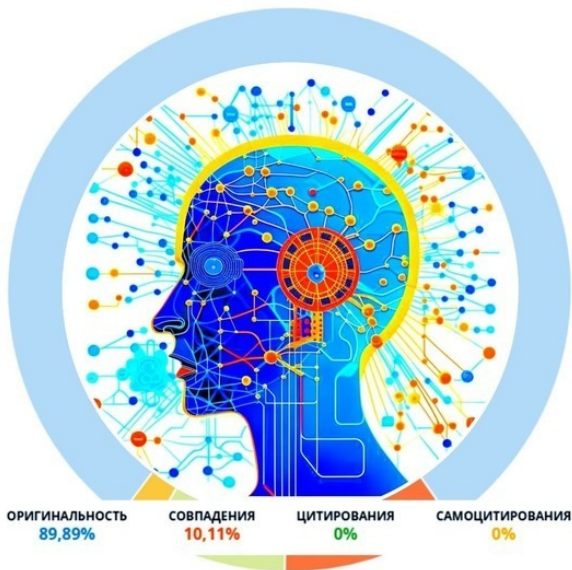
Вячеслав Мустакимов

эксперт, автор сервиса академического перефразирования и рерайта, научных текстов — нейросеть КонтрПлагат

GPT студентам

580 промптов способных решить любую проблему

Промпт-инжиниринг для написания исследований, от плана до списка литературы, решения задач, генерации исследовательских идей, ускорения рутинных процессов, успешного и честного прохождения антиплагиат ВУЗ



Вячеслав Мустакимов
GPT студентам. 580 промптов
способных решить любую
проблему. Промпт-инжиниринг
для написания исследований,
от плана до списка литературы,
решения задач, генерации
исследовательских идей,
ускорения рутинных процессов,
успешного и честного
прохождения антиплагиат вуз

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69569278

ISBN 9785006046474

Аннотация

Технологии искусственного интеллекта должны быть массово внедрены во все отрасли в текущем десятилетии. Такую задачу поставил президент России В. В. Путин. Внедрением

ИИ гордятся корпорации и продвинутые компании, однако высшая школа на появление ИИ отреагировала плохо. ИИ – это наше светлое будущее, неужели наших студентов не возьмут строить светлое будущее? В сборник вошёл текст, ранее опубликованный в книге «GPT маркетологу. 337 промптов повышающих производительность в 1000 раз».

Содержание

ОТ АВТОРА	9
АНТИПЛАГИАТ, ТОТ, КОТОРЫЙ ВУЗ	12
1.1. Что было до антиплагиат	12
1.2. Антиплагиат – игровая или экспертная система?	21
1.3. Метод шинглов в повышении уникальности текстов	35
1.4. Как студентам и ВУЗам сэкономить на проверках в Антиплагиат	63
1.5. Легальные и нелегальные способы обхода Антиплагиат ВУЗ	67
1.6. Как проверить самостоятельность студента, без антиплагиата	73
2. ОСНОВЫ ПРИМЕНЕНИЕ ГЕНЕРАТИВНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ GPT	77
2.1. Возможности генеративного предварительно обученного трансформера – GPT	77
2.2. Алгоритм составления GPT-запроса (промпт, инструкция)	80
3. ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И СТРУКТУРЕ исследовательской РАБОТЫ	95
3.1. Структура исследовательской работы,	95

план работы	
3.2. Аннотация	116
3.3. Содержание	121
3.4. Введение	123
3.5. Основная часть: первая глава	140
3.6. Основная часть: вторая глава	156
Конец ознакомительного фрагмента.	195

GPT студентам.

**580 промптов способных
решить любую проблему
Промпт-инжиниринг для
написания исследований,
от плана до списка
литературы, решения
задач, генерации
исследовательских идей,
ускорения рутинных
процессов, успешного и
честного прохождения
антиплагиат вуз**

© Вячеслав Мустакимов, 2024

ISBN 978-5-0060-4647-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

ОТ АВТОРА

«Технологии искусственного интеллекта должны быть массово внедрены во все отрасли в текущем десятилетии». Такую задачу поставил президент России Владимир Путин, выступая на международной конференции «Путешествие в мир искусственного интеллекта».

«Задача нового этапа в горизонте текущего десятилетия – обеспечить самое массовое внедрение искусственного интеллекта, оно должно охватить все отрасли экономики, социальную сферу и систему госуправления», – отметил Владимир Владимирович.

Напомним, к социальной сфере относится прежде всего сфера услуг, образование, культура, здравоохранение, социальное обеспечение (защита), физическая культура и спорт.

Пока отечественные технологии искусственного интеллекта в виде проектов Сбербанка и Яндекса вызревают, россияне осваивают заморские яства, такие как GPT.

Доступность генеративного сервиса GPT для студентов во всем мире стала глотком свежего воздуха. Испуганные преподаватели начали говорить о крахе системы образования, но больше о безработице... GPT стал опасным, его запретили в некоторых учебных заведениях и даже в некоторых странах, например в Италии, а тремя годами ранее в Италии отменили наказание за выращивание марихуаны

в малых объемах. В понимании итальянских правотворцев GPT несет больше вреда, чем выращивание и потребление марихуаны.

Более мудрым подходом отличилась наша страна, которой не дали официального доступа к интерфейсу GPT, поэтому у нас ничего не запрещают, зато повысилась монетизация у антиплагиата, который с 2023 года запустил модуль «Детектор генеративных текстов». Модуль работает по секретному алгоритму, поэтому некоторые тексты ИИ идентифицируют как человеческие, а некоторые тексты, написанные человеком, идентифицируют как генеративные и награждают статусом: «Внимание, документ подозрительный, в документе присутствует сгенерированный текст».

Справедливо задать вопрос, если применение ИИ рекомендовано на самом высоком уровне и внедрением ИИ гордятся все корпорации и продвинутые компании, то почему он не рекомендован студентам?

Почему высшая школа не отреагировала на появление ИИ положительно, и не бросилась обучать студентов основам его использования? Ведь все и везде захлеб твердят, что ИИ – это наше светлое будущее, что его нужно осваивать, приобретая пользовательский опыт и срочно внедрять. Неужели наших студентов не возьмут строить светлое будущее?

Эта книга немножко неудобная, немножко откровенная, но бескомпромиссная.

Идея «как сделать быстрее и на пятерку» всегда была

близка студенчеству, их учителя придерживались другого подхода – результат должен рождаться в муках, должна присутствовать драма автора. Минуя «драму», раскрываем секреты, как написать исследование с помощью GPT и не стать посмешищем на весь мир. Как решать задачи и писать контрольные, как пройти антиплагиат, будь то заимствованный текст с нулевой уникальностью или генеративный текст – с первого, максимум второго раза. Отдаем в люди лучшие технологии, которые помогают учиться, переступая через рутину и развивая исследовательское начало.

АНТИПЛАГИАТ, ТОТ, КОТОРЫЙ ВУЗ

1.1. Что было до антиплагиат

ВУЗы и студенты (в Древнем Риме и в Средние века студентами назывались любые лица, занятые процессом познания) появились задолго до антиплагиата. Веками, находясь в процессе познания, студенты искали способы обхода рутины, беспроblemной сдачи зачетов, письменных работ и экзаменов, тем самым оживляли скучный учебный процесс некой новацией.

Тридцать лет назад будучи студентом, я искал пособие, в котором в сжатой и понятной форме излагается техника быстрого написания исследовательских работ. Читая Умберто Эко – философа и специалиста по семиотике, я понял, что скоростной методики не существует, зато есть классические правила: прийти в библиотеку, набрать тонну литературы, почитать источники, расставить в книгах закладки, сделать выписки, конспекты, скомпилировать текст, вычитать его и связать логически. С таким подходом, нормативное время написания дипломной работы составляло 3—4 месяца.

В 1994 г. в России появился Интернет, в который можно было выйти, применяя dial-up (англ. dial-up – «набор номера, звонок»). Интернет стал наполняться электронными книгами, использование которых давало заметное ускорение при написании письменных работ.

В 2005 году в научном мире «блеснула» мысль, что работы студентов зачастую пишут не на основании источников, а на основании коллекций рефератов, поэтому было задумано бороться с такими работами, на свет появилась система «Антиплагиат», живущая в доменной зоне РУ.

Антиплагиат пошел по пути, который сейчас проходит OpenAI, да и многие другие разработчики ИИ, он начал индексировать коллекции рефератов, сетевые библиотеки и места скопления текстовой информации, понятно, что после такой индексации множество отечественных библиотек потеряли ценность своего фонда, потому что библиотеки из источника знаний превратились в источник плагиата.

Кроме добротных библиотек, имеющих отношение к академической сфере, антиплагиат, в погоне за показателями проиндексировал ресурсы, не имеющие отношения к научной деятельности, в это число попали эротические библиотеки. Разгорелся скандал, о котором писал ИД «Коммерсантъ» – один из старейших издательских домов и одна из самых авторитетных и влиятельных медиаструктур в стране. В статье «Антиплагиат» не пройдет, «Коммерсантъ» написал о казусе с индексацией Антиплагиатом РУ порно-ресурс-

сов, рис. 1 и скандале в министерстве образования РФ.

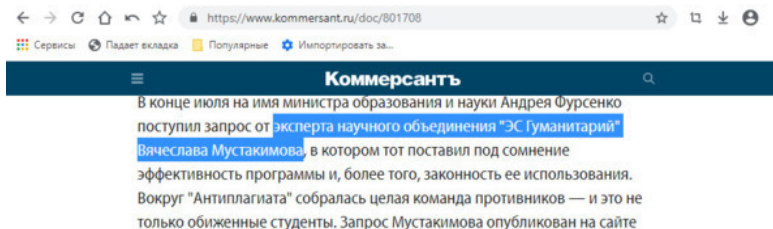


Рисунок 1 – Антиплагиат не пройдет, ИД «Коммерсантъ»

Параллельно Антиплагиату начали развиваться другие проекты, посчитавшие возможным монетизировать данную сферу. Появилась разработка СерчИнформ (SearchInform) – Плагиат-Информ – система для определения плагиата в документах.

Наша идея технологии скоростного написания работ получила свое развитие в 2009 г. К этому времени в рамках деятельности научного объединения «ГУМАНИТАРИЙ», силами членов объединения, была собрана довольно приличная научная электронная библиотека (ЭБ), которая, по объему фонда, в несколько раз превосходила классические университетские библиотеки. Проблемой являлось библиографическое описание книг, так как имея неприлично много книг, в них было необходимо ориентироваться.

Решение подвернулось случайно. Компания «СерчИн-

форм» – ныне ведущий российский разработчик средств информационной безопасности, резидент Инновационного центра «Сколково», входящая в АРПП «Отечественный софт» и НП «Руссофт» – в 2008—2010 гг. разрабатывала локальную поисковую систему промышленного класса и осваивала на ее базе Плагиат-Информ – систему для определения плагиата в документах. Стресс-тестирование поисковика проводили на базе фонда ЭБ НИО «ГУМАНИТАРИЙ» (рис. 2). Плагиат-Информу мы пожертвовали свой фонд рефератов и курсовых, который насчитывал ок. 3 млн. работ.

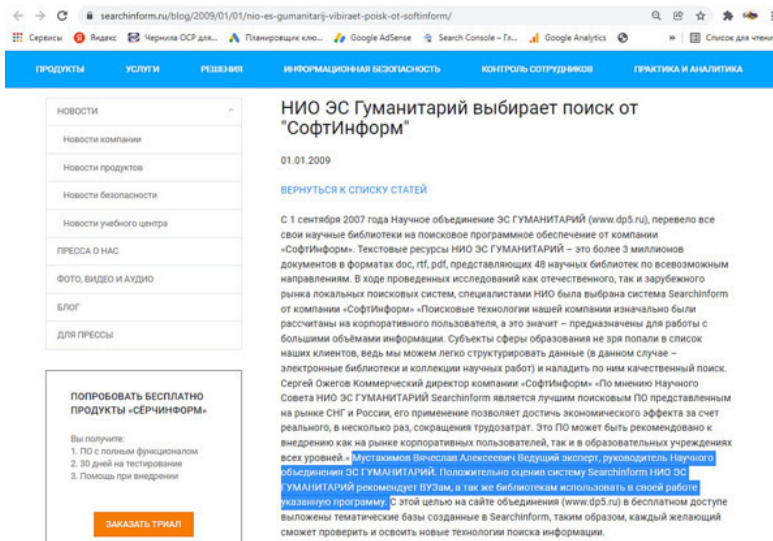


Рисунок 2 – Пресс-релиз СёрчИнформ

В 2010 г. идея скоростного написания научных исследований получила свое развитие с новой силой. «СерчИнформ» не только предлагал возможность разнообразного поиска в локальных файлах, но и реализовывал функцию «поиска похожих» – поиск больших текстов на основании маленьких. Используя продукт СерчИнформ, мы научились извлекать необходимые данные из текстовых неструктурированных массивов, добавляя к заимствованиям библиографическую запись. Это позволяло компилировать теоретические разделы исследований за считанные часы. Генезис антиплагиата, который РУ, несколько замедлил развитие компилятивной технологии, поскольку все тексты, извлекаемые из любой электронной библиотеки, были плагиатом. В 2015 г. мы начали работы по автоматизации процесса перефразирования текстов, с целью повышения их уникальности, рис. 3. Чистовое решение было найдено в 2020 году, представлено Интернет-общественности в 2021 г., в виде проекта КонтрПлагиат.

Слова и фразы текста источника, которые не изменились

Слова и фразы, удаленные в процессе перефразирования

Новые, напечатанные слова и фразы, изложение текста источника «другими словами»

Старший дошкольный возраст играет на себе особую роль в психическом и психологическом развитии ребенка-детей. Именно в этот период жизни в данном возрасте начинают формироваться зарождаются новые психологические механизмы деятельности и поведения и действия.

В этом возрасте у детей закладываются фундаментальные основы будущей личности, формируется устойчивая структура мотивов. Зарождаются и развиваются устойчивые мотивационные структуры. Формируются новые практики и социальные нужды, и потребности (потребность в уважении и признании взрослого, желание выполнять быть уважаемым и признанным взрослыми, делать важные вещи для других, «взрослые» дела, быть «взрослым»), потребность в признании сверстников») возникает желание быть признанным сверстниками. У старших дошкольников активно проявляется развивающийся интерес к коллективным формам деятельности, стремление в игровом поведении в группе и желание быть лучшим в играх и других видах деятельности и занятиях, быть первым, лучшим, — появляется потребность поиграть везде, вести себя в соответствии с установленными правилами и этическими нормами и т.д. Ребенок усваивает определенную систему социальных ценностей, моральных норм и правил принятой моралью. У ребенка формируются определенные социальные ценности, моральные нормы и правила поведения в обществе, в-. В некоторых ситуациях он уже может сдерживать случаи, когда он устает контролировать свои непереносимые и минутные желания и поиграть не так как хочется в данный момент, чтобы вести себя в соответствии со своими «потребностями», а так как «надо» (хочется посмотреть в соответствии с прихотями (например, они хотят смотреть «мультфильмы», но мама просит поиграть говорит им играть с младшим братом или сходить в магазин, они не хотят играть убирать свои игрушки, но это входит в обязанности дежурного, значит, это надо делать и т.д.) их обязывают).

Ребенок начинает осознавать свое место среди других людей, у него формируется внутренняя социальная позиция и стремление к соответствующей в среде других, устанавливает внутреннюю социальную позицию и вовлекается в новые социальные практики и роли, отвечающие его потребностям новой социальной роли. Ребенок начинает осознавать. Дети начинают распознавать и обобщать свои переживания, формируются устойчивая самооценка свой опыт, развивают чувство собственного достоинства и соответствующее ей отношение к успеху и неудаче, проблемам неудач в деятельности (одним свойственно стремление одним стремятся к успеху и высоким достижениям, а для других важнее всего избежать неудач и другие — к избеганию неприятных опытов и переживаний).

ВУ детей, в старшем дошкольном возрасте появляются зачатки формируется основа для рефлексии — способности разумно анализировать свою деятельность собственное поведение и соотносить сравнивать свои мнения, переживания опыт и действия с мнениями и мнениями, опытом и оценками окружающих, поэтому самооценка детей старшего дошкольного возраста становится уже действиями других людей, что делает их самооценку более реалистичной, в привычных и приближенной к правильной в знакомых ситуациях и привычных видах деятельности приближается к адекватной.

Рисунок 3 – Перефразирование, рерайт, перепечатывание текста «другими словами»

КонтрПлагат, академическая нейронная сеть. Цель проекта – повышение уникальности академических текстов методом глубокого перефразирования (рерайтинг), регенерация текстов (копирайтинг).

В 2022 г. КонтрПлагат научился работать с файлами, имеющими сложную структуру – текст, математический аппарат, таблицы, рисунки, подстрочный ссылочный аппарат.

В 2023 г. Антиплагиат РУ вывел на рынок решение – детектор генеративных текстов, созданных с помощью больших языковых моделей (LLM). На следующий день КонтрПлагат объявил, что умеет работать с большими текстами, имеющими статус: «Внимание, документ подозрительный: в документе присутствует сгенерированный текст».

Этот статус КонтрПлагат убирает благодаря перефразированию и компилятивным умениям, доставшимся в наследство от НИОО «ГУМАНИТАРИЙ», рис. 4.

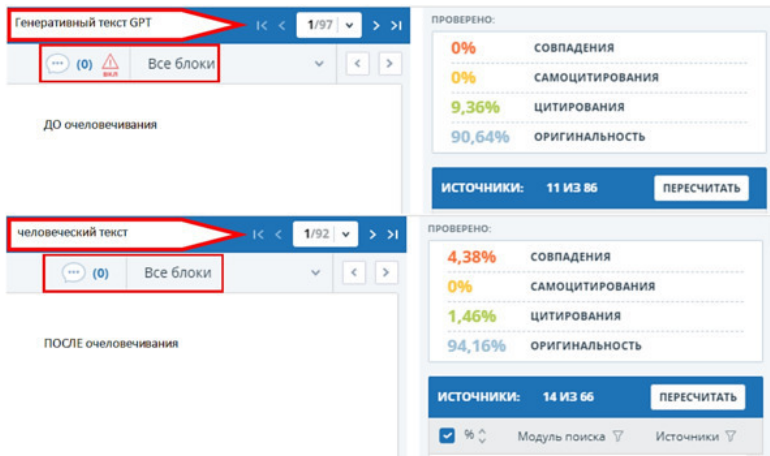


Рисунок 4 – Генеративный текст, созданный с помощью GPT, «ДО» и «ПОСЛЕ» очеловечивания КонтрПлагият

Как видно из краткого исторического экскурса, проблема скоростного написания исследовательских работ не нова, борьба с плагиатом в той или иной форме ведется почти два десятилетия, появление GPT заметно оживило этот процесс, наполнив академическую среду паническими настроениями. Паникуют все, профессорско-преподавательский состав, который захлестнула волна генеративных работ. Студенты, которые сгенерировали примитивные работы и не могут пройти проверку в антиплагиат версии ВУЗ.

Большие языковые модели (LLM) приходят к нам надол-

го и проникают во все инструментальные среды, интерфейсы, приложения и практики. Правильным, по нашему мнению, является не запрет их применения, а приобретение навыков их использования в исследовательской деятельности, что снижает рутинную составляющую и дает достаточно времени для творческого процесса.

Примером применения ИИ GPT и КонтрПлагат выступает данное пособие, которое обобщает практический опыт и рассматривает процесс написания исследований с точки зрения – как упростить, а не с позиции классической методологии – как усложнить.

1.2. Антиплагиат – игровая или экспертная система?

За долгие годы наблюдения за тысячами отчетов антиплагиат ВУЗ мы выявили ряд интересных моментов:

– Не смотря на наличие модуля шаблонных фраз, антиплагиат определяет их не корректно, например относит к цитированию, рис. 5 и 6.

экономической информации.

Структура работы состоит из введения, трех глав, выводов и списка литературы.

Рисунок 5 – Шаблонные фразы определяются как цитирование?

С точки зрения бухгалтерского учета основная особенность начисления заработной платы заключается в том, что каждая ситуация требует своего метода расчета, существуют специфические обстоятельства, которые необходимо учитывать, и множество ситуаций, которые на первый взгляд кажутся похожими,

Рисунок 6 – Антиплагиат считает шаблонные фразы цитированием

– Одно слово и фраза из двух слов может быть плагиатом, рис. 7—9.

Для достижения этой цели мы поставили перед собой следующие задачи:

- Изучение теории расчета заработной платы, систем начисления заработной платы, форм и видов начисления заработной платы, расчетно-платежных и платежных документов, комплексного и аналитического учета заработной платы;

Рисунок 7 – Некорректное определение плагиата в тексте

Общее методологическое руководство по бухгалтерскому учету в Российской Федерации осуществляется Правительством Российской Федерации.

Органы регулирования бухгалтерского учета, уполномоченные федеральным законом, в соответствии с законодательством Российской Федерации в пределах своей компетенции разрабатывают и утверждают стандарты бухгалтерского учета, обязательные для применения всеми организациями, осуществляющими свою деятельность на территории Российской Федерации:

(а) План счетов и примечания по его применению;

Рисунок 8 – Некорректное определение плагиата в тексте

В случае разногласий между руководителем организации и бухгалтером по отражению отдельных операций документы могут быть приняты к исполнению на основании письменных указаний руководителя организации, который принимает на себя всю ответственность за последствия этих операций. [11, с. 94]

Учет активов, обязательств и хозяйственной деятельности организаций ведется в валюте Российской Федерации - рублях.

Рисунок 9 – Некорректное определение плагиата в тексте

– Зачастую антиплагиат бездоказателен, вас обвиняют в плагиате, но не показывают источник плагиата, на скрине рис 10, плагиат – фраза «этих операций», переход по ссылке 22, рис. 11, ведет на целую статью, которая, вероятно, содержит фразу «этих операций».

ПЕРЕХОД ПО ВНЕШНЕЙ ССЫЛКЕ



Внимание! Вы покидаете сайт по внешней ссылке <http://elibrary.ru/item.asp?id=16358425>.

Мы не несем ответственности за содержимое данной внешней ссылки и настоятельно рекомендуем не указывать никаких своих данных, особенно e-mail, пароль и cookies, на сторонних сайтах.

Если у Вас нет серьезных оснований доверять этому сайту, не переходите по данной ссылке.

ОТМЕНА

ПЕРЕЙТИ

Рисунок 10 – Внешняя ссылка антиплагиата

– Модуль цитирования работает не корректно, путая фразы из Конституции РФ с шаблонными фразами;

Конституция Российской Федерации устанавливает, что каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности, но при этом запрещается экономическая деятельность, направленная на монополию и недобросовестную конкуренцию.

3,61% [28]	не указано шаблонные фразы
3,5% [29]	Новый Закон «О Б elibrary.ru
3,24% [30]	Акулова_х396-18-3 Кольцо вузов
3,11% [31]	https://core.ac.uk/s Интернет Плюс*

Рисунок 11 – Текст конституционной статьи – шаблонная фраза?

– Титульные листы, заголовки работы, названия ВУЗов и кафедр, фамилии научных руководителей на титульном листе, оглавление – плагиат, рис. 12 и 13.

истек, что может привести к ошибкам в учете.

1.3 Методика аудита расчетов по оплате труда с работниками предприятия

В современных экономических условиях компании ищут новые модели оплаты труда. Важную роль в совершенствовании организации оплаты труда

Рисунок 12 – Заголовки – плагиат

ОГЛАВЛЕНИЕ	
ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА И АУДИТА РАСЧЕТОВ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	7
1.1 Понятие и экономическое значение организации труда и заработной платы на предприятии.....	7
1.2 Нормативное регулирование и методика учета расчетов с персоналом по оплате труда.....	20
1.3 Методика проведения аудита расчетов с персоналом по оплате труда на предприятии.....	26

Рисунок 13 – Оглавление – плагиат

– Целостная фраза может быть на 50% цитированием, а на 50% плагиатом, хотя, правильней отнести ее к цитированию из белого источника, рис. 14.



Правила учета материально-производственных запасов определяются
Федеральным законом от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ "О бухгалтерском учете" и

Рисунок 14 – Разрыв при идентификации фразы

– Вас обвиняют в плагиате, указывают источник, рис. 15.



оплате труда, внести предложения по совершенствованию системы расчетов с
персоналом и проанализировать учет расчетов с персоналом по оплате труда
Для достижения этой цели мы поставили перед собой следующие задачи:
- Изучение теории расчета заработной платы, систем начисления
заработной платы, форм и видов начисления заработной платы, расчетно-
платежных и платежных документов, комплексного и аналитического учета

Рисунок 15 – Целостное понятие цитирование-плагиат

– Внешняя ссылка ведет на пустую страницу, рис. 16,

это называется – отсутствие доказательности при обвинении в плагиате, сколько таких, указывающих в пустоту ссылок, в миллиардном индексе?

ПЕРЕХОД ПО ВНЕШНЕЙ ССЫЛКЕ

Внимание! Вы покидаете сайт по внешней ссылке
https://knowledge.allbest.ru/audit/3c0a65625a2ac79a5c53a89521216c37_0.html.

Мы не несем ответственности за содержимое данной внешней ссылки и настоятельно рекомендуем не указывать никаких своих данных, особенно e-mail, пароль и cookies, на сторонних сайтах.

Если у Вас нет серьезных оснований доверять этому сайту, не переходите по данной ссылке.

ОТМЕНА

ПЕРЕЙТИ

Рисунок 16 – Антиплагиат дает ссылку на пустую страницу

С началом работы модуля поиска генеративного текста антиплагиат начал чудить, отчет, который хранится на сервере меняет свои показания, рис. 17—20.

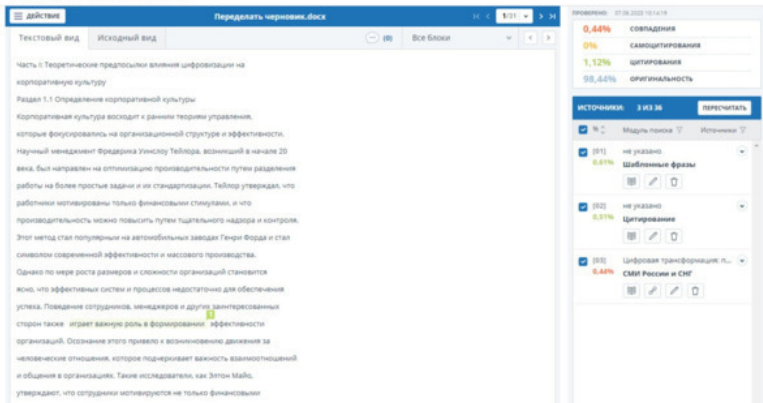


Рисунок 17 – Отчет Антиплагиат от 07.06.2023 – 10:14:19

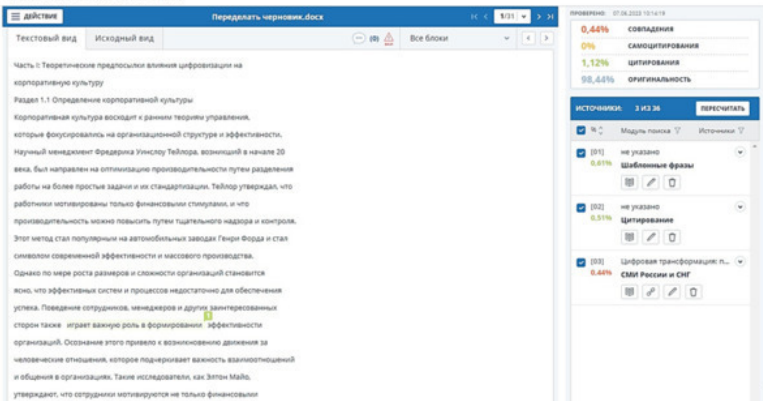


Рисунок 18 – Отчет Антиплагиат от 07.06.2023 – 10:14:19, спустя 1 час

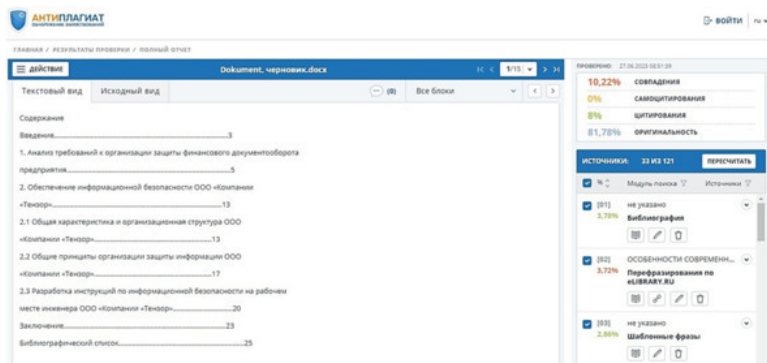


Рисунок 19 – Отчет Антиплагиат от 27.06.2023 – 08:51:39

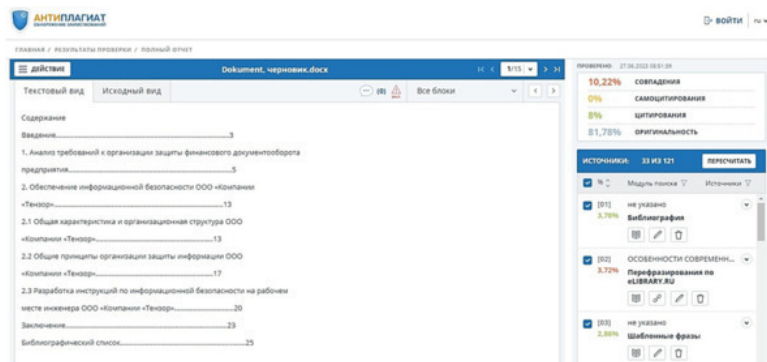


Рисунок 20 – Отчет Антиплагиат от 27.06.2023 – 08:51:39, спустя 1 сутки

Студенты, которые приобрели платные проверки за 472 рубля могли видеть в своих отчетах, что генеративной является нумерация страниц, рис. 21 и 22. Технически Антиплагиат прав, нумерация проставляется в Word автоматически, но как вернуть деньги за некорректную проверку?

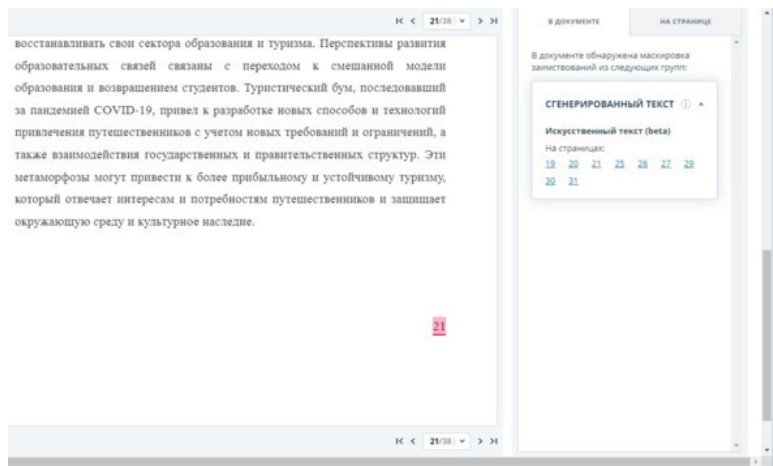


Рисунок 21 – Нумерация страниц отнесена Антиплагиатом к генеративному тексту ИИ

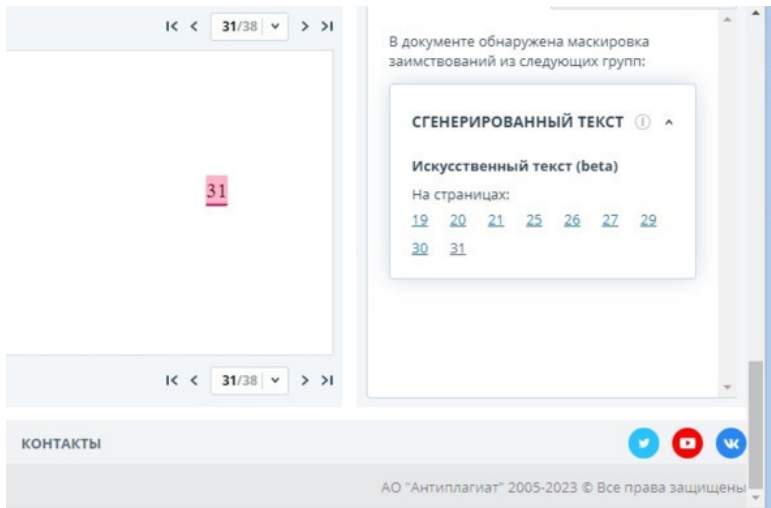


Рисунок 22 – Нумерация страниц отнесена Антиплагиатом к генеративному тексту ИИ

Антиплагиат берет на себя смелость относить текст, написанный человеком к генеративному, рис. 23.

Подозрительный документ

Test_001.docx

К 24/28 >> 31

Отношения – это образ мышления, и они определяют, как мы относимся к миру, как на работе, так и вне ее. Отношение обозначает наши мнения, убеждения и чувства по поводу различных аспектов нашего окружения. Положительное отношение к работе чрезвычайно важно, потому что оно способствует продуктивному мышлению и ведет к продуктивной работе. Положительный человек более доступен и легко строит конструктивные отношения, которые необходимы для создания сплоченной команды.

Менеджер с **положительным отношением** почти наверняка станет успешным профессионалом. Однако **сотрудник с плохим отношением, но отличными профессиональными навыками** не станет успешным профессионалом. Отсутствие **положительного отношения** гарантирует, что он или она не достигнет хороших результатов.

ОТМЕТКА ВКЛЮЧЕНА

На этой странице отображены возможные места, на которых был замечен плагиат. Будьте внимательны при работе с документом.

В документе обнаружена наводка заимствований из следующих групп:

В документе

НА СТРАНИЦЕ

В документе обнаружена наводка заимствований из следующих групп:

ГЕНЕРИРОВАННЫЙ ТЕКСТ

Искусственный текст (beta)

на страницах:

1	2	3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	32	33	34	35	36

Скрыть номера страниц

Рисунок 23 – Человеческий текст отнесен к генеративно-м

Ну а это наш любимый скриншот, пустая страница – это генеративный текст, рис. 24.

Подозрительный документ

черновик, Kursovaya_Tarasova.docx

1 < 9/10 > 11

ОТМЕТКА ВКЛЮЧЕНА

100%

На этой странице отображены все попытки маскировки заимствований. Будьте внимательны при работе с документом.

в документе

на странице

В документе обнаружено маскировка заимствований из следующих групп:

СТЕНЕРИРОВАННЫЙ ТЕКСТ

Искусственный текст (beta)

процентов:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22								

Скрыть номера страниц

1 < 9/10 > 11

Рисунок 24 – Пустая страница – это генеративный текст

Мы не разбираем результаты проверок конкретных работ, как правило это не делают и преподаватели высшей школы. Единственный критерий оценки студенческих работ в ВУЗах и это не единичный случай – показатель уникальности. В некоторых ВУЗах такой подход узаконен, на оценку «отлично» – 75% оригинальности, на оценку «хорошо» – 65%.

Против студента играет системная организация, в виде правил ВУЗа и машинно-алгоритмической мощи коммерческого сервиса. Тексты некоторых работ, не содержат достаточного количества изменяемого текста, но от студентов требуют «отжать» показатель уникальности, поэтому приходится перефразировать устоявшиеся в научном мире термины, определения и цитаты. Вероятно, это «натягивание уникальности» не совсем то, что можно связать с академическим подходом.

Если против студентов начали играть нейросети, о применении которых заявил антиплагиат, то справедливо дать студентам аналогичные средства, дабы сражение шло в равных весовых категориях.

1.3. Метод шинглов в повышении уникальности текстов

Шингл (далее – Ш) – последовательность количества слов (2, 3, 4, 5 и т.д.), используемая в алгоритме проверки уникальности текста, рис. 25. Уникальность проверяется путем сравнения текста источника с текстом, который был перефразирован. Данную сверку можно проводить локально, используя бесплатный продукт AntiPlagiarism.NET.



Рисунок 25 – Лемматизированный текст, как выглядят шинглы, состоящие из 2 слов (Ш2)

При проверке в антиплагиат ВУЗ, текст работы сверяется с данными базы (другими текстами, проиндексированными ранее).

При определении уникальности текста проверяемой работы, в системе Антиплагиат происходит следующее:

- Нормализация (канонизация) текста – удаление из текста элементов, не несущих смысловой нагрузки, шаблонных фраз, предлогов, союзов, знаков препинания и др.

- Лемматизация – приведение слов к нормальной форме, рис. 25.

- Разбиение текста на фрагменты – шинглы, конец каждого фрагмента является началом предыдущего, рис. 25.

- Вычисление хэш-значения фрагмента слова – на этом этапе начинается сравнение текста. Точность сравнения напрямую зависит от количества операций – это достаточно ресурсоемкий процесс. Чтобы увеличить производительность метода сверки шинглов, сравнение текстов по контрольным суммам может осуществляться на случайных выборках.

- Определение результата – на основе сравнения выдается результат, указывающий на уникальность проверяемого текста. Результаты отражаются в процентах: 100% – полностью уникальный текст, 0% – полностью неуникальный текст, т.е. такой текст уже существует.

На что опирается методология КонтрПлагат, при использовании метода шинглов?

- 1) Мы исходим из того, что:

- уникальных текстов в академической среде не осталось. Все, что может исследовать студент, уже исследовано.
- любой текст, скомпилированный из Интернет-источни-

ков и печатных библиотек – плагиат.

– если текст скомпилирован поабзацно, и компиляция показывает уникальность, это связано с уникальным сочетанием абзацев. Изменение порядка следования абзацев или правка текста, внутри абзаца, может привести к появлению плагиата.

– показатель уникальности, это совокупная оценка всей работы, «хитрый» метод правки мест плагиата, при следующей проверке выявляет плагиат в тех местах, которые в предыдущей проверке плагиатом не являлись.

В процессе проверки первого варианта работы, она попадает в индекс антиплагиата. С этого момента она считается первой версией. Все последующие проверки учитывают первую версию, и отслеживают процент изменения 2, 3, 4 версии работы по отношению к первой версии. Другими словами, повышая уникальность текста методом глубокого перефразирования вы, в том числе, противостоите первой версии своей работы и должны показать, что текст после перефразирования существенно отличается от первой версии.

2) Любой текст перед первой проверкой должен подвергаться глубокому рерайту – это снижает последующие трудозатраты, т.к. вы не противостоите первой, второй, третьей и т. д. версиям своей работы. В процессе перефразирования, рерайта, необходимо добиться отличия текстов источника и перефразированного текста. Данное отличие, при сверке по показателю Ш2 должно составлять более 80%.

Поверхностный рерайт

Поверхностный рерайт обеспечивает двойной перевод текста – на любой иностранный язык и обратно на рус. 26 показан перевод текста с русского на английский язык и обратный перевод с английского на русский. Текст, при сверке по шинглам, состоящим из 2 слов (показатель Ш2) показывает отличие на уровне 20—40%, рис. 27.

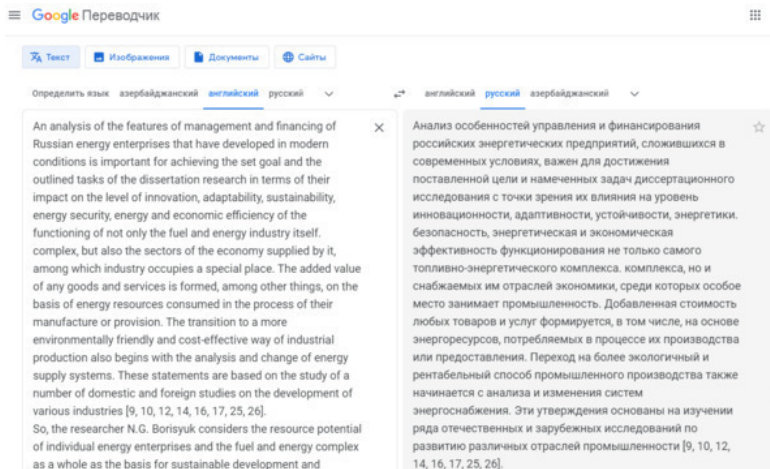


Рисунок 26 – Перевод текста в направлении: русский-английский; английский-русский, с помощью translate.google.com

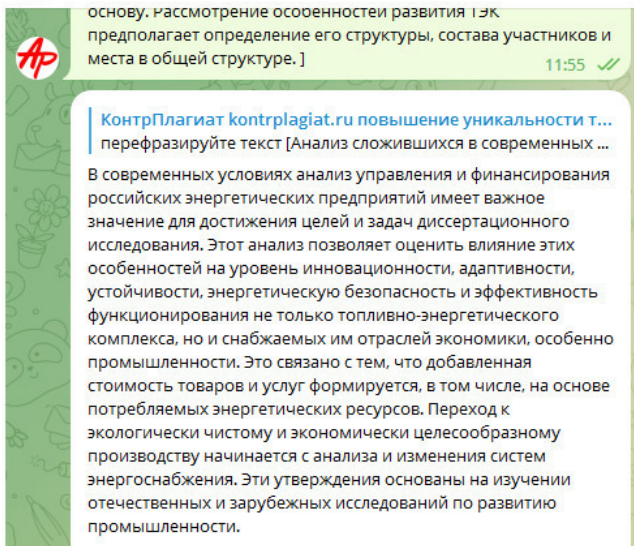


Рисунок 28 – Перефразирование текста с помощью GPT

На рисунке 29 представлена сверка текста по методу Ш2, как видно тексты отличаются на 40%.

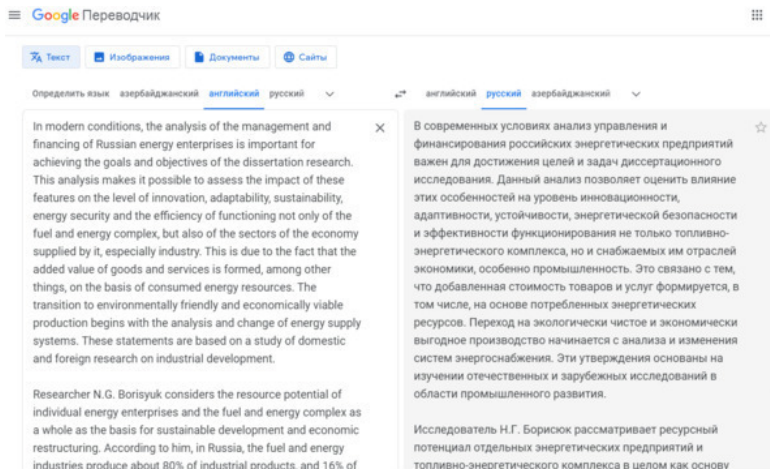


Рисунок 30 – Перевод текста, после GPT-обработки, в направлении: русский-английский; английский-русский, с помощью translate.google.com

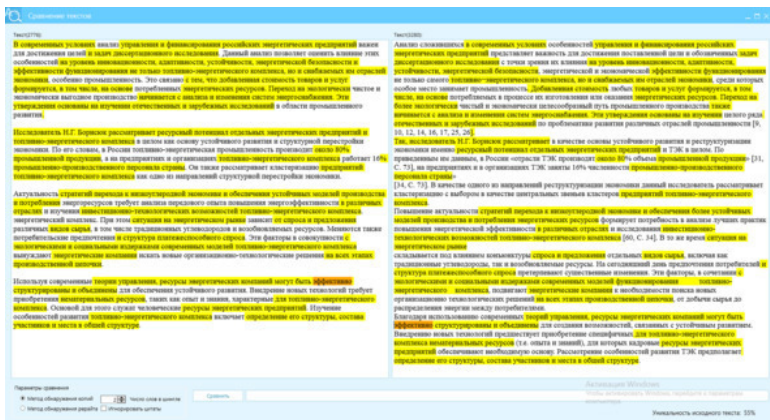


Рисунок 31 – Сверка текста источника (правое окно) с перепарафразированным текстом (левое окно) по методу шинглов, состоящим их 2 слов (Ш2), отличие текстов 55%

Все последовательности действий, приведенные выше дают поверхностное перепарафразирование, практикой доказано, что это не позволяет добиваться нужного показателя уникальности всего текста.

Глубокий рерайт

Глубокий рерайт, обеспечивает существенное отличие текстов, на основании практического опыта установлено, что текст источника должен отличаться от перепарафразированного

текста, при сверке по показателю Ш2 на 80 и более процентов. Рассмотрим, как этого можно добиться.

Шаг 1 – выполнить перевод текста в направлении: русский-китайский (традиционный); китайский (традиционный) -русский, с помощью translate.google.com. Это даст нам показатель Ш2 – 64%, рис. 32.

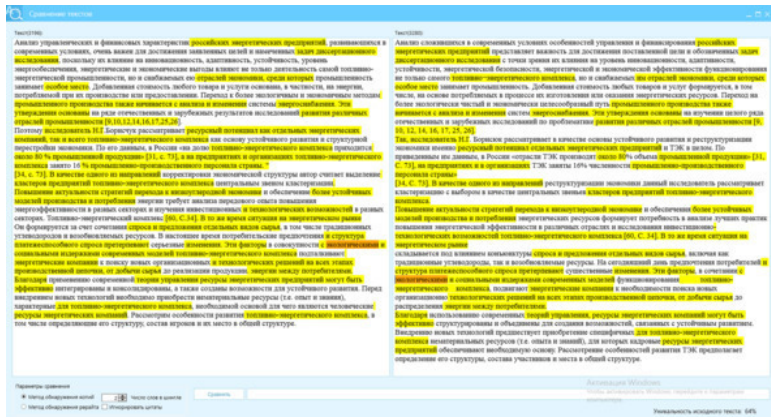


Рисунок 32 – Сверка текста источника (правое окно) с перифразированным текстом (левое окно) по методу шинглов, состоящим их 2 слов (Ш2), отличие текстов 64%

Шаг 2 — написание нового текста на основании текста перевода, с помощью GPT. Источником является текст после перевода: русский-китайский (традиционный); китай-

тайский (традиционный); китайский (традиционный) -русский, это дало показатель отличия Ш2 – 74%.

Шаг 3 – вторичный перевод генеративного GPT-текста: русский-китайский (традиционный); китайский (традиционный) -русский. Вторичный перевод обеспечивает частичное исправление ошибок GPT-генерации, дальнейшее повышение уникальности, а также удаление маркеров генеративного текста, рис. 34.

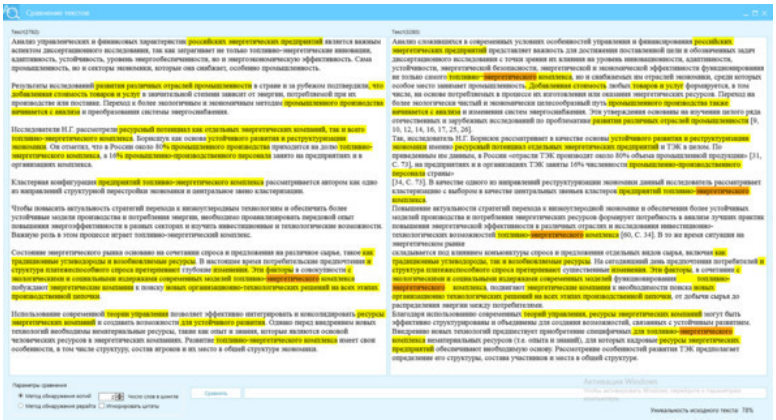


Рисунок 34 – Сверка текста источника (правое окно) с перепарафразированным текстом (левое окно) по методу шинглов, состоящим их 2 слов (Ш2), отличия текстов 78%

Шаг 4 – согласно карте шинглов, в левом окне программы производится ручная правка не измененных шинглов, состоящих более чем из 2 слов, методом впечатывания, подходящих по смыслу новых слов, рис. 35.

Исследователи Н.Г. рассмотрели ресурсный потенциал СЛОВО как отдельных СЛОВО энергетических компаний, СЛОВО так и СЛОВО всего топливно-энергетического СЛОВО комплекса. Борисшук как основа устойчивого развития и СЛОВО реструктуризации экономики. Он отметил, что в России около 80% промышленного производства приходится на долю топливно-энергетического СЛОВО комплекса, а 16% промышленно-производственного СЛОВО персонала занято на предприятиях и в организациях комплекса.

Рисунок 35 – Ручное изменение Ш2

Обратите внимание, в силу несовершенства технологий Google и GPT, текст содержит ошибки, поэтому, разбивая шинглы их нужно исправлять. Текст после перефразирования уменьшил объем и потерял ссылки на источники цитирования, значит это тоже предстоит подправить.

Почему не рекомендуется использовать другие переводчики:

– DeepL – позволяет переводить 1500 знаков в интерфейсе, при переводе файлом, он защищен от копирования, главный недостаток в том, что DeepL старается обеспечить высокую точность перевода, а значит отличие текстов минимизируется и все усилия по перефразированию снижаются, рис. 36.

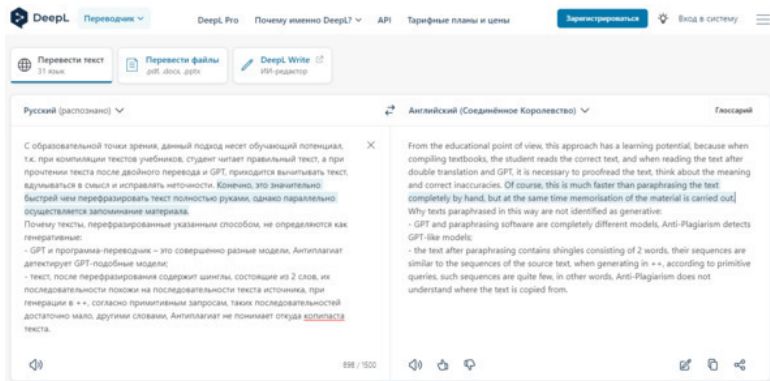
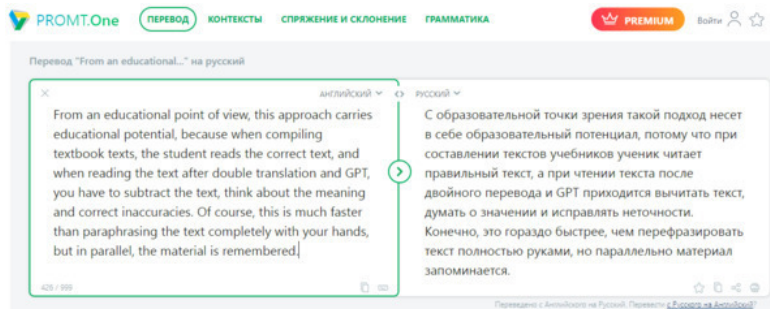


Рисунок 36 – Интерфейс DeepL

– Переводчик Промт (translate.ru) – обладает собственным пониманием текста, уникальность повышается, но смысл теряется, поэтому предстоит много правки, рис. 37.



С образовательной точки зрения, данный подход к перефразированию несет обучающий потенциал, т.к. при компиляции текстов из учебников, студент читает правильный текст, а при прочтении текста после двойного перевода и GPT генерации, приходится вычитывать текст, вдумываться в смысл и исправлять неточности. Тем не менее, это значительно быстрее чем перефразировать текст полностью руками.

Почему тексты, перефразированные указанным способом, не определяются как генеративные:

- GPT и программа-переводчик – это совершенно разные модели, Антиплагиат детектирует GPT-подобные модели;
- текст, после перефразирования содержит шинглы, состоящие из 2 слов, их последовательности похожи на последовательности текста источника, при генерации в GPT, согласно примитивным запросам, таких последовательностей достаточно мало, другими словами, Антиплагиат не понимает откуда копипаста текста.

**Глубокое академическое перефразирование
КонтрПлагиат**

Глубокий рерайт, рассмотренный выше выполнялся с применением переводчика Google и GPT, пришлось при-

менить ручной труд для исправления ошибок и достижения необходимого показателя отличия текстов Ш2.

Заметно упрощает процесс глубокого перефразирования академическая нейросеть КонтрПлагият. Перефразирование осуществляется следующим образом:

Шаг 1 – регенерация текста, с одновременной сверкой по методу Ш2. В процессе регенерации используется модель не известная GPT-подобным системам и антиплагиат РУ, в частности, в этом заключено несомненное преимущество нейросети КонтрПлагият.

На рис 38 приведены результаты опроса, где мы попросили наших читателей найти текст, перефразированный с помощью КонтрПлагият, результаты опроса показательны, текст, после рерайта КонтрПлагият человеческим глазом идентифицирован не был.



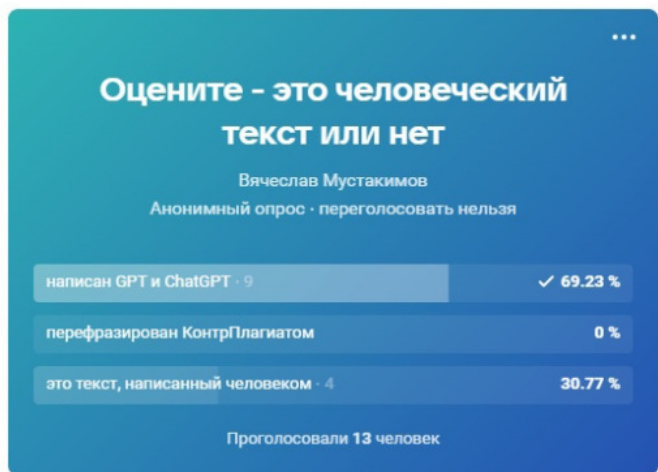
Вячеслав Мустакимов

18 мая в 20:01

...

Мы провели опрос: "Ниже приведен текст, оцените, этот текст написан GPT и ChatGPT, перефразирован КонтрПлагием или это текст, написанный человеком?"

Как видно, никто из 13 человек не указал, что это текст, перефразированный КонтрПлагием - и это здорово, пока наши возможности не воспринимаются серьезно, с нами не борются, поэтому Антиплагиат ВУЗ наши тексты воспринимает как человеческие))))



2



97

Рисунок 38 – Опрос, проведенный нами ВК

Шаг 2 – исправление ошибок регенерации, с одновременной сверкой по методу Ш2. Исправление ошибок

не должно возвращать Ш2, как в тексте источнике.

В результате перефразирования получается текст, который соответствует критериям перефразирования, показатель Ш2 – больше 80%, рис. 39.

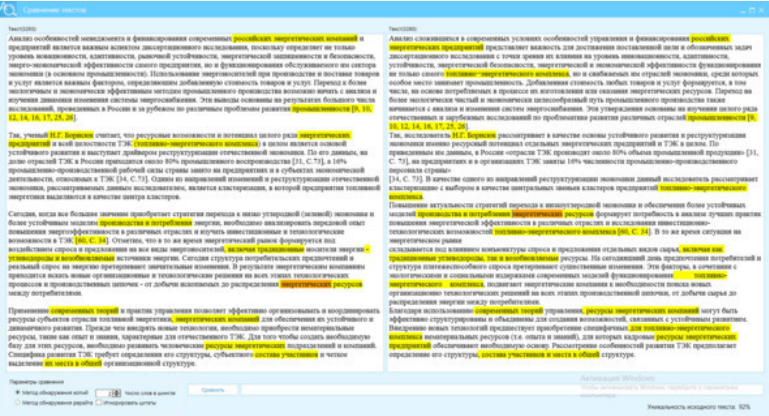


Рисунок 39 – Сверка текста источника (правое окно) с перефразированным текстом (левое окно) по методу шинглов, состоящим их 2 слов (Ш2), отличия текстов 92%

Пример полученного, рис. 39 текста

Анализ особенностей менеджмента и финансирования современных российских энергетических компаний и предприятий является важным аспектом диссертационного ис-

следования, поскольку определяет не только уровень новационности, адаптивности, рыночной устойчивости, энергетической защищенности и безопасности, энерго-экономической эффективности самого предприятия, но и функционирования обслуживаемого им сектора экономики (в основном промышленности). Использование энергоносителей при производстве и поставке товаров и услуг является важным фактором, определяющим добавленную стоимость товаров и услуг. Переход к более экологичным и экономически эффективным методам промышленного производства возможно начать с анализа и изучения динамики изменения системы энергоснабжения. Эти выводы основаны на результатах большого числа исследований, проведенных в России и за рубежом по различным проблемам развития промышленности [9, 10, 12, 14, 16, 17, 25, 26].

Так, ученый Н. Г. Борисюк считает, что ресурсные возможности и потенциал целого ряда энергетических предприятий и всей целостности ТЭК (топливно-энергетического комплекса) в целом является основой устойчивого развития и выступает драйвером реструктуризации отечественной экономики. По его данным, на долю отраслей ТЭК в России приходится около 80% промышленного воспроизводства [31, С.73], а 16% промышленно-производственной рабочей силы страны занято на предприятиях и в субъектах экономической деятельности, относимых к ТЭК [34, С.73]. Одним из направлений изменений

и реструктуризации отечественной экономики, рассматриваемых данным исследователем, является кластеризация, в которой предприятия топливной энергетики выделяются в качестве центра кластеров.

Сегодня, когда все большее значение приобретает стратегия перехода к низко углеродной (зеленой) экономике и более устойчивым моделям производства и потребления энергии, необходимо анализировать передовой опыт повышения энергоэффективности в различных отраслях и изучать инвестиционные и технологические возможности в ТЭК [60, С. 34]. Отметим, что в то же время энергетический рынок формируется под воздействием спроса и предложения на все виды энергоносителей, включая традиционные носители энергии – углеводороды и возобновляемые источники энергии. Сегодня структура потребительских предпочтений и реальный спрос на энергию претерпевают значительные изменения. В результате энергетическим компаниям приходится искать новые организационные и технологические решения на всех этапах технологических процессов и производственных цепочек – от добычи ископаемых до распределения энергетических ресурсов между потребителями.

Применение современных теорий и практик управления позволяет эффективно организовывать и координировать ресурсы субъектов отрасли топливной энергетики, энергетических компаний для обеспечения их устойчивого и ди-

наличного развития. Прежде чем внедрять новые технологии, необходимо приобрести нематериальные ресурсы, такие как опыт и знания, характерные для отечественного ТЭК. Для того чтобы создать необходимую базу для этих ресурсов, необходимо развивать человеческие ресурсы энергетических подразделений и компаний. Специфика развития ТЭК требует определения его структуры, субъектного состава участников и четкое выделение их места в общей организационной структуре.

Очевидными достоинствами КонтрПлагият выступают:

- целостность процесса, все происходит в «одном окне» или в «одном файле». Файл загружается в интерфейс, выгружается в формате. docx, следовательно сохраняется оформление документов и уменьшается объем ручных манипуляций;
- скорость обработки – 1 млн. знаков в час, что заметно превышает скорость генерации текста в GPT;
- качество текста выше, чем у всех известных моделей, показатель Ш2 превосходит показатели всех известных моделей, рис. 40.

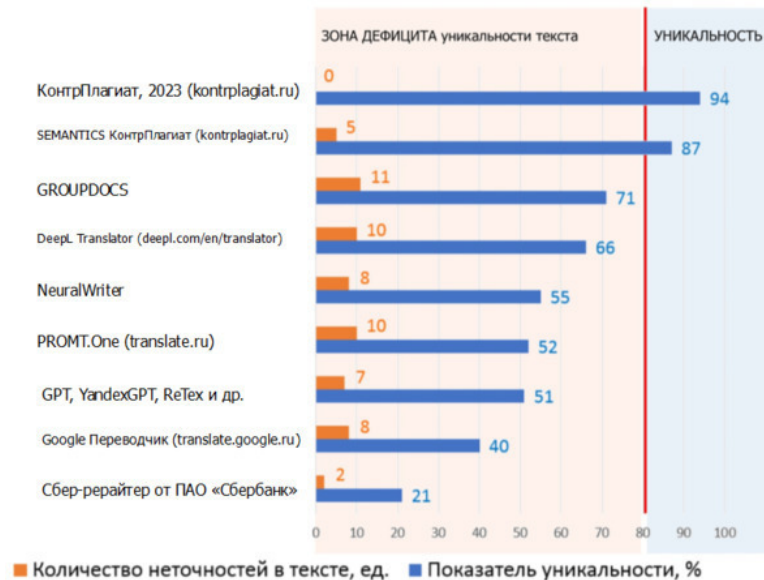


Рисунок 40 – Сравнительная характеристика нейросетей, 2023 г.

Таким образом, процесс повышения уникальности текста прост, перевод с русского на иностранный язык и обратно; GPT-перегенерация; повторение операции перевода с русского на иностранный язык и обратно; правка не изменённых шинглов; вычитывание и правка неточностей.

Как убрать статус – «Внимание, документ подозри-

тельный: в документе присутствует сгенерированный текст»

Что делать при наличии в Антиплагиат уведомления о генеративном тексте? Есть два подхода, рекомендуется применение обоих, в любой последовательности.

Текст может генерироваться на основании примитивного запроса, это когда всю мощь ИИ используют как поисковик, например, «перечисли методы анализа конкурентоспособности, дай характеристику каждому методу». В результате сложной регенерации задаются условия генерации и предоставляется прототип текста, на основании которого GPT пишет новый текст.

На момент написания данного пособия Антиплагиат проверял текст, выделяя генеративный кусками по 3000 знаков.

Первый метод – «разбавление» текстов ИИ аналогичными по смыслу абзацами, текста, написанным человеком. Таким образом, текст ИИ не будет выглядеть «формальным и искусственным», а будет более убедительным и достоверным.

Как вставить нужные абзацы? Вы можете найти в Интернете соответствующие статьи и выбрать из них подходящие абзацы. В качестве альтернативы можно воспользоваться поисковым сервисом, который подберет похожие справочные статьи, и вы сможете из них заимствовать человеческий текст, рис. 41.

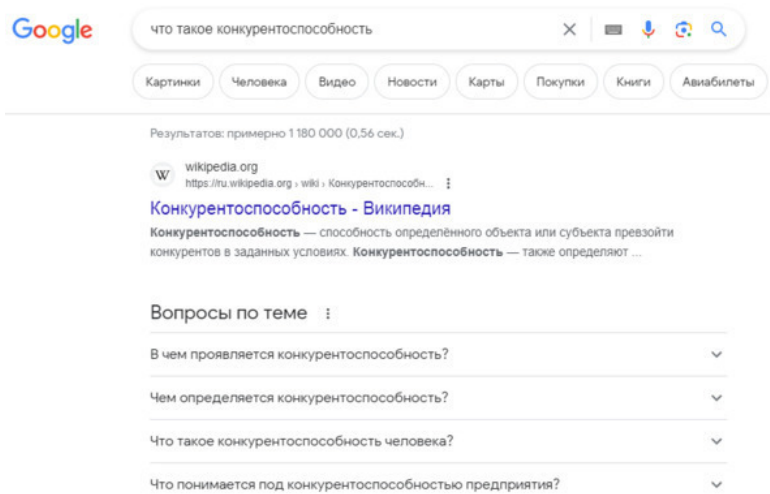


Рисунок 41 – Поиск справочных статей

Вставляя абзацы из интернета, вы должны убедиться, что они относятся к теме вашей работы и датируются периодом до 2021 года.

Схема добавления интернет текстов проста, – добавление 2 абзацев, по 2—4 предложения в каждом, через 2—3 абзаца текста ИИ или добавление 1 абзаца, через 2—3 абзаца текста ИИ.

Второй метод, генеративный текст подвергается синонимизации, на выходе мы получаем классический синоними-

зированный текст, рис. 42.

Обзор сложившихся в современных условиях особенностей управления и финансирования русских энергетических предприятий представляет значимость для достижения поставленной цели и обозначенных задач диссертационного изыскания с точки зрения их могущества на ярус инновационности, адаптивности, стабильности, энергетической безопасности, энергетической и экономической производительности функционирования не только самого топливно-энергетического комплекса, но и снабжаемых им ветвей экономики, среди которых специальное место занимает промышленность. Добавленная стоимость всяких товаров и служб формируется, в том числе, на основе потребляемых в процессе их изготовления либо оказания энергетических источников. Переход на больше экологически чистый и экономически рациональный путь индустриального производства также начинается с обзора и метаморфозы систем энергоснабжения. Эти заявления основаны на постижении целого ряда отечественных и зарубежных изысканий по теме становления разных ветвей промышленности [9, 10, 12, 14, 16, 17, 25, 26].

Так, изыскатель Н.Г. Борисюк рассматривает в качестве основы устойчивого становления и реструктуризации экономики именно ресурсный потенциал отдельных энергетических предприятий и ТЭК в совокупности. По приведенным им данным, в России «ветви ТЭК производят около 80% объема индустриальной продукции» [31, С. 73], на предприятиях и в организациях ТЭК заняты «16% численности индустриально-производственного персонала страны» [34, С. 73]. В качестве одного из

Рисунок 42 – Текст, после синонимизации, процент за-

дования необходимо исследовать особенности управления и финансирования российских энергетических компаний, развивающихся в современных условиях, с точки зрения их роли в обеспечении инновационности, адаптивности, устойчивости, энергетической безопасности, энергетической и экономической производительности. Добавленная стоимость любых товаров и услуг зависит, в том числе, и от энергии, затраченной на их производство или предоставление. Переход к более экологичным и экономически устойчивым методам промышленного производства также начинается с пересмотра и реформирования системы энергоснабжения. Эти утверждения основаны на понимании многочисленных отечественных и международных исследований, посвященных теме формирования различных промышленных секторов [9, 10, 12, 14, 16, 17, 25, 26].

Так, по мнению ученого Н. Г. Борисюка, ресурсный потенциал как отдельных энергетических предприятий, так и топливно-энергетических комплексов является основой устойчивого развития и реструктуризации экономики. По его данным, в России «на долю топливно-энергетических комплексов приходится около 80% промышленного производства» [31, С. 73], «ТЭК – основа устойчивого развития и реструктуризации экономики [31, С. 73], которые являются основой устойчивого развития и реструктуризации экономики [31, С. 73], а на предприятиях и организациях ТЭКа занято «16% промышленно-производственной рабо-

чей силы страны» [34, С. 73]. В качестве одного из направлений реструктуризации экономики, по мнению данного исследователя, предприятия топливно-энергетического комплекса выбраны в качестве центрального звена кластера.

Отлично зарекомендовала себя комбинация, синонимизация + двойной перевод + вставка абзацев, рис. 44.

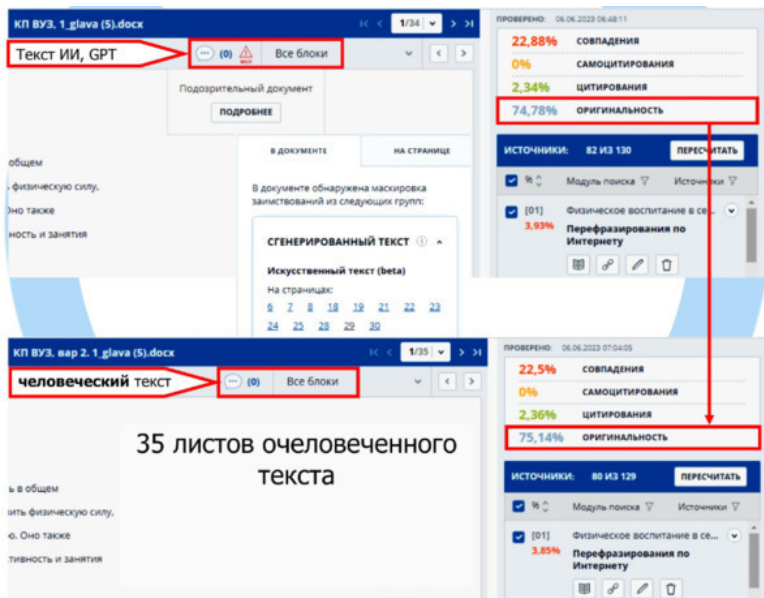


Рисунок 44 – Текст, после очеловечивания

1.4. Как студентам и ВУЗам сэкономить на проверках в Антиплагиат

Для того, чтобы пройти антиплагиат ВУЗ требуется одна или две проверки. Антиплагиат – коммерческая система, с хорошим маркетингом и административным ресурсом. Заметного роста монетизации Антиплагиат добился после начала эксплуатации модуля перефразирования, а теперь, модуля поиска генеративных текстов. Как любая система, опирающаяся на маркетинг Антиплагиат, эксплуатирует человеческие слабости:

– я написал работу, вдруг у нее высокая уникальность. Чудо не произойдет, вы не наберете нужную уникальность, даже если набрали весь текст «из головы», это доказано статистически.

– я проверю работу, поправлю места плагиата и пройду проверку со второго раза. Не пройдете, т.к. то, что раньше не было плагиатом, станет плагиатом при второй проверке. Антиплагиат учитывает совокупное изменение, а не фрагментарное. Доказано статистически.

Тексты, которые используются в академической сфере – специфичны тем, что базовое знание, определения, распространенные подходы, методы, порядок изложения и т. д. мно-

гократно используются в разных работах, разными ВУЗами, на протяжении десятилетий. С введением в практику ВУЗов антиплагиата все студенческие тексты смело можно отнести к высокочастотным (часто употребляются в работах), их сотни и тысячи раз перефразировали, пытаясь добиться уникальности и каждый текст, сходной тематики в новой работе, должен быть перефразирован вновь так, чтобы он не напоминал предыдущие, а проверка будет осуществляться по таким крошечным частям текста, как шинглы.

Обоснование метода подготовки текстов для проверки в Антиплагиат ВУЗ

Библиотеки, из источника знаний, превратились в источники плагиата. Проблему усугубляет ограниченность формулировок знаний, как правило все учебные программы унифицированы (однообразны) и опираются на официальный перечень учебной литературы, термины и базовые определения. В этой связи, любой текст, опирающийся на источники, имеет низкий показатель уникальности, т.к. текст пишется с использованием метода научной компиляции, используются общеизвестные знания и распространённые формулировки. Использование новых учебников проблему не решает, т.к. их тексты – с низкой уникальностью.

В этой связи проверять свеженаписанный (скомпилированный) текст в Антиплагиат ВУЗ не имеет смысла, т.к. чуда

не случится, и он покажет недостаточную уникальность.

Вновь созданный текст (первичный) необходимо подвергнуть глубокому перефразированию. Проверку в Антиплагиат ВУЗ следует выполнять после получения показателя отличия вторичного текста от первичного по показателю Ш2 составит 80 и более процентов.

Данный подход может привести к двум возможным результатам:

- требуемая уникальность достигнута;
- необходимая уникальность не достигнута.

В случае недостижения уникальности, руководствуясь отчетом о полной проверке, необходимо места плагиата подвергнуть вторичному глубокому перефразированию, с показателем Ш2 – 90—95%.

После вторичной глубокой переработки, текст может быть проверен в системе поиска заимствований, как правило второй проверки достаточно, для получения необходимого уровня уникальности.

Инструментальная среда глубокого перефразирования

Мы не касаемся практики реализации процесса глубокого перефразирования, смысл которого заключается в изложении текста «своими словами». Технически мы преследуем цель изменения шинглов, состоящих из 2 слов, на 80 и более

процентов.

Измерить данный показатель возможно используя бесплатный продукт AntiPlagiarism.NET, доступный для скачивания на сайте: etxt.

Работать в программе достаточно просто, в левое окно помещается текст рерайта (подвергнут глубокому перефразированию), в правое окно помещается первичный текст (источник, текст до рерайта). Снизу, слева интерфейса программы выбирается «Параметр сравнения» – «Метод обнаружения копий» – «Число слов в шингле».

За считанные секунды программа выдает процентное значение показателя отличия текста, по методу Ш2 или с учетом определения рерайта (показатель параметра расположен в нижнем, правом углу интерфейса программы).

Если тексты отличны по показателю Ш2 на 80 и более процентов, это является основанием для проверки текста в Антиплагиат ВУЗ, если данный показатель не получен, то повода отдавать текст на платную проверку – нет.

1.5. Легальные и нелегальные способы обхода Антиплагиат ВУЗ

Условно, способы обхода антиплагиата можно разделить на две группы, легальные и нелегальные.

Повысить уникальность текстов с помощью технического кодирования (знаков в тексте) нельзя. Разбивая слова знаками на кусочки, «кодировщик» наполняет текст мусором, куски слов воспринимаются системой проверки на плагиат как уникальные шинглы.

Техническое кодирование уникальность текстов не поднимает, оно обманывает скрипт проверки, поэтому данный метод относится к мошенническим и преследуется всеми ВУЗами, без исключения.

Техническое кодирование текстов – это попытка обойти алгоритмы проверяющего программного обеспечения, антиплагиат, используя внутреннюю часть файла. Поэтому, визуально, текст после кодирования смотрится как обычный текст, но при удалении стилей и форматирования, например копировании закодированного текста в блокнот, все эти знаки видны, рис. 45—52.

Системы проверки на плагиат, борются с техническим кодированием, поэтому если закодированная работа сегодня не определяется как подозрительная, завтра она уже может определяться системой проверки как подозрительный доку-

мент, в котором применены методы обхода.

Рассмотрим интересные нас проблемы в недалекой ретроспективе, а именно советского и российского уголовного процесса, где основными критериями определения явки с повинной, как законного повода к возбуждению уголовного дела, являлись: – добровольность заявления о том, что лицо совершило преступление; –

Рисунок 45 – Техническая уникальность, в текст вставлен знак

преступлении Все явки случаи поэтому использования процесса подобной уголовного явки с способов повинной стороной обвинения как доказательства заявителя в совершении преступления нарушает п. 3 ст. 6 Конвенции о защите кошек человека и основных явки, а «утверждения властей Федерации Российской о том, что присутствие он ...

Рисунок 46 – Техническая уникальность, разбивка шинлов, нарушен порядок слов в предложении

Стадия возбуждения уголовного дела весьма далека от совершенства, регулируется множеством подзаконных нормативных актов, однако самым неразрешимым вопросом остается противоречивость уголовно-процессуального статуса лиц в этой стадии, а именно: заявители, пострадавшие, явившихся с повинной,

Рисунок 47 – Техническая уникальность, разбивка слов вставкой знака

Рассмотрим интересующие нас проблемы в недалекой ретроспективе, а именно советского и российского уголовного процесса, где основными критериями определения явки с повинной, как законного повода к возбуждению уголовного дела, являлись: – добровольность заявления о том, что лицо совершил

Рисунок 48 – Техническая уникальность, разбивка слов нечитабельным знаком

Рассмотрим интересующие нас проблемы в недалекой ретроспективе, а именно советского и российского уголовного процесса, где основными критериями определения явки с повинной, как законного повода к возбуждению уголовного дела, являлись: – добровольность заявления о том, что лицо совершило

Рисунок 49 – Техническая уникальность, разбивка слов на мелкие фрагменты

Рассмотрим ^{тс} интересующие ^{тс} нас ^{тс} проблемы ^{тс} в ^{тс} недалекой ^{тс} ретроспективе, ^{тс} а ^{тс} именно ^{тс} советского ^{тс} и ^{тс} российского ^{тс} уголовного ^{тс} процесса, ^{тс} где ^{тс} основными ^{тс} критериями ^{тс} определения ^{тс} явки ^{тс} с ^{тс} повинной, ^{тс} как ^{тс} законного ^{тс} повода ^{тс} к ^{тс} возбуждению ^{тс} уголовного ^{тс} дела, ^{тс} являлись: ^{тс} –

Рисунок 50 – Техническая уникальность, разбивка слов, вставлен знак

Одним из способов разрешения подобных практических проблем является обращение участников уголовного судопроизводства. в Европейский Суд по правам человека. (далее, ЕСПЧ).

Рассмотрим интересные нас проблемы в недалекой ретроспективе, а именно советского и российского

Рисунок 51 – Техническая уникальность, разбивка слов с помощью точки

интересующие проблемы недалекой , а советского российского процесса, основными определения с , как повода возбуждению дела, : – добровольность о , что совершило ; – заявление и сотрудниками , уполномоченного предварительное ; – орган расследования, момента заявления, располагал о совершивших . В отказа или на следствии суде данного заявления, от , действовала « добровольности», органами расследования с , а бремя отсутствия данной с полностью на . Указанное

Рисунок 52 – Техническая уникальность, даже если все слова смешать, изменив текст до неузнаваемости, Антиплагиат ВУЗ все равно покажет такой участок – плагиатом

Как видно из скринов, технические методы уникальности используются, но они давно не приносят нужного эффекта. Все эти хитроумные методы известны специалистам Антиплагиат ВУЗ и они с ними успешно борются.

Легкий рерайтинг и перефразирование. Этот метод основан на переписывании текста, примером легкого рерайтинга является перевод текста в Google на английский язык и обратно, что дает отличие текстов на уровне 20—40%.

Следует отметить, что данный подход неэффективен, т.к. не достигается показатель нормативного отличия текстов. При соблюдении определенного темпа работы, можно отредактировать до 40 страниц в день. Этот метод позволяет повысить оригинальность текста до 40%.

Глубокий рерайтинг и перефразирование. Данный метод подходит для всех типов работ, однако он требует много времени и ресурсов. Суть глубокого рерайтинга заключается в фундаментальной переработке текста, например замене каждого второго-третьего слова. При использовании этого метода можно отредактировать до 20 страниц в день. В результате применения глубокого рерайтинга и перефразирования оригинальность текста повышается до нужного процента.

Все остальные методы, описанные в Интернет, являются составными элементами метода глубокого перефразирования.

1.6. Как проверить самостоятельность студента, без антиплагиата

В нашей статье «Простой хак для преподавателей и научных, как в считанные секунды узнать, как и кем писалась студенческая работа».

Идея очень простая, перед проверкой работы проверять историю версий или историю исправлений (стандартная функция Word). Это позволяет видеть все этапы написания письменных работ, т.е. научный руководитель просто видит, составление, обдумывание и написание письменной работы.

Используя Google Drive возможно полностью исключить такую практику как написание работ на заказ, т.к. это совершенно другая среда прозрачности процесса.

Поскольку ChatGPT используется студентами для генерации письменных работ и обходит процедуры антиплагиата, среди преподавателей начинается паника. Возникает вопрос: что теперь будет с оценками за письменные задания? Ответ на этот вопрос не однозначен. Однако давайте рассмотрим проблему более подробно.

В зарубежных странах активно работают фабрики эссе, множество фрилансеров готовы помочь сделать рерайт по цене 5—6 евро за страницу или написать работу по цене

от 50 евро за страницу.

Все эти студенческие помощники с нового года начали терять работу и все благодаря ChatGPT, который пристально посматривает в этом направлении, предполагая в последствии монетизировать помощь писателям.

ChatGPT, при грамотном подходе может написать отличное эссе или ВКР для бакалавриата, а также успешно справиться с различными академическими и профессиональными экзаменами. Потрясающе... И что теперь делать? Одно из возможных решений – вернуться к традиционным экзаменам. Противники данного подхода ссылаясь на дороговизну метода традиционных экзаменов и наличие носимых девайсов, на которых можно читать ответы на экзаменационные вопросы или подсматривать нужные ответы – категорически против этого метода.

Что же делать, если мы хотим сохранить все необходимые компоненты, сопутствующие написанию письменной работы, написание, правка и при этом обеспечить жесткий контроль, как на экзамене? А также учитывать самостоятельность работы студента?

КонтрПлагат задумалась над возможным решением и в итоге нашел обоснование ответ на этот вопрос. Ключ к тому, чтобы держать все этапы написания письменных работ – на должном уровне контроля, заключается в использовании малоизвестной функции Google Drive – «истории версий».

Изложим классический сценарий: вы работаете над фай-

лом в Google Drive и хотите отслеживать все изменения, которые вы внесли в этот файл, в среде Ворда этот функционал называется «Записывать исправления». Как реализуется процедура – выделите файл, нажмите на меню «Файл», затем перейдите в раздел «История версий» и выберите опцию «Просмотреть историю версий». На экране появится подробный журнал всех изменений, внесенных в файл. Если изменения в файл вносили несколько пользователей, то будет хорошо видно, кто внес каждое изменение. Стоит еще раз отметить, что аналогичная функция имеется и в MS Office.

Детальное изучение журнала изменений позволит отследить каждое добавленное предложение, исправленную опечатку или удаленный фрагмент текста. Это очень полезный инструмент, помогающий как при создании текста, так и при восстановлении случайно удаленного содержимого. Однако стоит отметить, что эта функция оставляет специфический и очень человеческий след.

Когда студенты пишут свои работы, они неизбежно перемещают, добавляют или удаляют фрагменты текста. Все эти действия будут отражены в истории версий с соответствующими временными метками и отметками о каждом изменении, внесенном каждым пользователем. Следовательно, если в файл добавлен большой кусок текста, то это говорит о том, что он скопирован и вставлен, а не написан методом научной компиляции.

Однако если работа была написана для студента машиной или автором-фрилансером, то предоставленный текст будет представлять собой уже готовый материал, который можно просто вставить в документ. Даже если бы пользователю пришлось вводить этот текст вручную, история версий все равно показала бы, что текст был введен дословно от начала до конца. Такой способ составления текста невозможен для человека.

Как видно, предлагаемый метод эффективно решает главный недостаток письменных работ, он приоткрывает завесу над процессом, как велась работа. Можно сказать, что метод является панацеей от широкого круга проблем. Для научных руководителей, использование данного подхода обозначает возможность действительно проверять, получая значительную экономию времени: проверка журналов активности гораздо проще, чем трудоемкая детективная работа по выявлению «заказных» работ, созданных фрилансером или машиной. При использовании системы регистрации активности студентов у преподавателей появляется больше времени для подготовки более качественных комментариев и выполнения других задач, не отвлекаясь на длительные проверки.

2. ОСНОВЫ ПРИМЕНЕНИЕ ГЕНЕРАТИВНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ GPT

2.1. Возможности генеративного предварительно обученного трансформера – GPT

GPT – это новация начала 2023 г., следовательно ее сопровождают все маркеры, сопутствующие развитию инновации. Про GPT написано немало, по заявлениям разработчиков известно, что GPT-4 – самая передовая система OpenAI, которая обеспечивает более безопасные и полезные ответы. Не за горами выход GPT-5, которая станет еще удобней и полезней.

Опыт GPT не оставил равнодушным целый ряд отечественных, известных компаний, известно о попытках «Сбера» реализовать «Рерайтер», «Суммаризатор», в середине лета запущена Yandex GPT, разработчики называют свое творение российским конкурентом языковой модели GPT-4 от «Яндекса». Разработчики Yandex GPT заявили, что ИИ умеет общаться, писать тексты и генерировать идеи

почти как человек. К сожалению, мы не смогли посотрудничать с Yandex GPT, т.к. то, что заявляют разработчики и то, что имеется на практике, как говорят одесситы – это две большие разницы.

GPT обучалась на массивах текстовых данных, другими словами на публикациях, которые присутствуют в Интернет. В массив вошли публикации открытых источников, форумов, статьи сайтов, сетевые библиотеки, книги, исследования, опубликованные до 2021 г. Поэтому, ответы GPT не являются научными и не являются актуальными.

Сами ответы – не есть результат когнитивности, они представляют собой компиляцию знаний, опубликованных в Интернет, во избежание претензий авторов интернет-материалов, GPT старается излагать тексты «другими словами».

Многочисленные статьи на тему GPT лукавят, когда говорят о способностях творения OpenAI. Большинство тестов, по решению задач, не описанных в практике людей GPT проваливает. Не смотря на это популярность GPT, взлетев с начала года, испытала 10% снижение интереса к середине 2023 г., оживить публичный интерес не смогла четвертая и плюсовая версия ИИ, появились сообщения о некотором «отупении» GPT, все это наталкивает на мысль, что глубокое проникновение ИИ и конкуренция, вынудят разработчиков GPT сделать доступ к младшим версиям бесплатным.

Исходя из реальности, дальнейшее отношение и технология работы с GPT будут строиться на основании реальности,

а не маркетинговых заявлений.

2.2. Алгоритм составления GPT-запроса (промпт, инструкция)

Алгоритма идеального запроса не существует, т. к. GPT развивается и все, что хорошо работало сегодня, может плохо работать завтра.

Несмотря на это можно рассмотреть следующий подход:

Определение роли ChatGPT, «Я хочу, чтобы вы выступили в роли высококвалифицированного специалиста-эксперта». КонтрПлагат неоднократно показывал на примерах, что роль не играет значение, ответ не зависит от того, кем себя должна представить GPT, профильным экспертом или ребенком, промпт 2, рис. 53.

Пример GPT-промпта 3 – Роль, в GPT-запросе не имеет значения

Я хочу, чтобы вы выступили в роли мальчика, с образованием 4 класса, изложи теорию шкалирования Лайкерта, указав на аспекты ее практического применения



Я хочу, чтобы вы выступили в роли мальчика, с образованием 4 класса, изложи теорию шкалирования Лайкерта, указав на аспекты ее практического применения

13:06 ✓

[КонтрПлагиаТ kontrplagiat.ru](#) повышение уникальности т...

Я хочу, чтобы вы выступили в роли мальчика, с образованием...

Шкалирование Лайкерта - это способ оценки, который помогает нам узнать, что люди думают или какие предпочтения они имеют. Этот метод был придуман человеком по имени Ренсом Лайкертом в 1932 году. С тех пор он стал очень популярным и используется в различных областях, таких как маркетинг, социальные исследования и даже образование.

Когда мы говорим о шкалировании Лайкерта, мы предлагаем людям ряд утверждений или вопросов, на которые они должны ответить. Мы даем им шкалу с несколькими вариантами ответов, обычно от 1 до 5 или от 1 до 7. Каждый номер на шкале имеет свое значение или описание.

Практическое применение шкалирования Лайкерта может быть разным. В маркетинге, например, мы можем использовать его для изучения того, что людям нравится или не нравится в продукте или услуге. Мы можем попросить людей оценить различные характеристики продукта на шкале, чтобы узнать, какие из них наиболее важны или привлекательны для потребителей.

В социальных исследованиях шкалирование Лайкерта может помочь нам изучить отношение людей к определенным социальным вопросам или политическим убеждениям. Мы можем предложить им утверждения, с которыми они должны согласиться или не согласиться, и оценить их уровень согласия или несогласия. Это поможет нам понять, что думают люди и какие мнения у них есть по этим вопросам.

Кроме того, шкалирование Лайкерта может быть полезно для измерения уровня удовлетворенности клиентов, мотивации сотрудников и оценки качества образования. Мы можем использовать его для опроса клиентов о том, насколько они довольны продуктом или услугой. Мы также можем попросить сотрудников оценить свой уровень мотивации или учащихся - оценить качество учебного процесса.

Рисунок 53 – Роль, указанная в запросе к GPT, не играет значения

Четко сформулируйте задачу и порядок ее выполнения. Этот подход имеет право на жизнь.

Обеспечьте контекст. Чем больше контекста вы предоставите, тем более релевантным и полезным будет ответ. Другими словами, мы должны дать GPT информацию для размышления, в противном случае ИИ начнет компилировать ответ на базе массивов, на которых учился. На рис. 54 приведен пример промпта и ответа GPT.

Пример GPT-промпта 4 – Запрос с контекстом

Какие правовые акты, с какого числа, легализуют цифровой рубль в России, какие возможности открываются перед гражданами и бизнесом [контент]



Какие правовые акты, с какого числа, легализуют цифровой рубль в России, какие возможности открываются перед гражданами и бизнесом [Цифровой рубль в августе начнет обретать границы: он получит законодательную базу и сможет быть протестирован рынком в реальных условиях. По мнению опрошенных агентством РИА Новости экспертов, третья форма денег поможет "очистить" экономику от нелегальных ставок, мошенников, коррупции и серых зарплат. Президент РФ Владимир Путин, 24 июля 2023 г. подписал закон, закрепляющий правовые нормы цифрового рубля. Теперь ЦБ может приступить к его пилотированию. Цифровой рубль создается как еще одно средство для платежей и переводов, поэтому в них не будут ни кредитовать, ни накапливать деньги. Планируется, что для граждан переводы и платежи в них будут бесплатными, а бизнес будет платить до 0,3% от суммы операции.]

11:47 ✓

КонтрПлагиаТ kontrplagiat.ru повышение уникальности т...

Какие правовые акты, с какого числа, легализуют цифровой ...

С 1 августа 2023 года в России цифровой рубль станет законодательно обоснованным и сможет быть протестирован на рынке в реальных условиях. Это открывает перед гражданами и бизнесом ряд новых возможностей.

Президент РФ Владимир Путин 24 июля 2023 года подписал закон, который закрепляет правовые нормы цифрового рубля. Теперь Центральный банк России может приступить к его пилотированию. Цифровой рубль создается как еще одно средство для платежей и переводов, и не предназначен для накопления или кредитования. Он будет использоваться исключительно для осуществления операций.

Для граждан переводы и платежи в цифровом рубле будут бесплатными. Это позволит упростить и ускорить процесс переводов и платежей, сделав их более доступными и удобными для всех граждан. Бизнес, в свою очередь, будет обязан уплачивать комиссию в размере до 0,3% от суммы операции. Это позволит обеспечить финансирование и развитие системы цифрового рубля.

Внедрение цифрового рубля также имеет целью "очистить" экономику от нелегальных ставок, мошенников, коррупции и серых зарплат. Благодаря прозрачности и контролю, которые предоставляет цифровой рубль, будет уменьшено количество нелегальных операций и повышена доверительность в

Рисунок 54 – Пример контекстного запроса в GPT

Как видно из рис. 54, GPT проявил когнитивность и выдал фейк, о котором его не спрашивали: «С 1 августа 2023 года в России цифровой рубль станет законодательно обоснованным и сможет быть протестирован на рынке в реальных условиях». В источнике говорится о том, что с 1 августа цифровой рубль начнет приобретать надлежащую правовую базу. К сведению GPT: «Как отмечала в интервью Forbes первый зампред ЦБ Ольга Скоробогатова, возможность массового использования цифрового рубля россияне получают в течение двух-четырех лет. Все россияне смогут иметь возможность открывать кошельки, получать цифровые рубли и использовать их на горизонте 2025—2027 годов, – отметила О. Скоробогатова. 2023 г. и следующий годы цифровой рубль проведет в пилотном режиме».

Укажите стиль письма: формальный / неформальный / научный / профессиональный / технический / творческий / разговорный / на естественном языке / юмористический и т.д., рис. 55.



Напишите научную статью, объемом 500 знаков о безусловной пользе жары 50 градусов, используйте контент [Температура воздуха в Европе, местами достигает 50 градусов Цельсия, что вызвано тепловым взрывом в Сахаре].

12:01 ✓✓

КонтрПлагиаТ kontrplagiat.ru повышение уникальности т...

Напишите научную статью, объемом 500 знаков о безуслов...

Температура воздуха в Европе, местами достигает 50 градусов Цельсия, что вызвано тепловым взрывом в Сахаре. Это явление, несмотря на свою экстремальность, может иметь некоторые положительные аспекты и пользу для окружающей среды и человечества.

Одним из положительных эффектов высоких температур является повышение эффективности солнечных энергетических систем. Высокая жара способствует увеличению солнечной радиации, что позволяет получать больше энергии от солнечных панелей. Это способствует развитию возобновляемых источников энергии и снижению зависимости от ископаемых топлив.

Также, высокая температура может способствовать повышению производительности некоторых сельскохозяйственных культур. Некоторые растения, такие как кукуруза и подсолнечник, могут лучше расти и развиваться при высоких температурах. Это может привести к увеличению урожайности и улучшению продовольственной безопасности.

Кроме того, высокая жара может иметь положительный эффект на здоровье людей. Тепло способствует расширению сосудов, улучшению кровообращения и ускорению обмена веществ. Это может привести к повышению энергии, улучшению настроения и повышению работоспособности.

Однако, необходимо отметить, что экстремальные температуры могут быть опасными и вызывать серьезные проблемы. Они могут привести к тепловым ударам, обезвоживанию, солнечным ожогам и другим заболеваниям, связанным с перегревом организма. Поэтому, необходимо принимать меры предосторожности и защищать себя от воздействия высоких температур.

Рисунок 55 – Задание требований к стилю

Как видно из рис. 55 мы еще раз доказали отсутствие у GPT когнитивности, судя по ответу, экстремальная жара положительно влияет на людей, т.к. у них расширяются кровеносные сосуды и кровь начинает двигаться быстрее. Относительно кукурузы, которая в +50 градусов может расти лучше, акцентируем – не может: «Оптимальная температура, для появления первых проростков +18—25 °С, процесс прорастания начинается при температуре +9 °С. Если показатель составляет +32 °С, задерживается появление ростков, а выше +35 °С происходит остановка роста, что происходит с кукурузой +50 градусах, наука умалчивает.

Таким образом, требование к стилю изложения выполняется, если оно не противоречит стилю контекста.

Укажите, в какой форме должен быть представлен ответ. ChatGPT обладает уникальной способностью превращать ответы в таблицы, создавать списки, графики, блок-схемы, фрагменты кода и т. д. Например, «разделите текст на абзацы», «текст должен легко читаться»; «оформите его как маркированные пункты/нумерованный список» и т. д. Если в запросе привести пример: «| Колонка 1 | Колонка 2 | Колонка 3 |» – то результат ответа будет отформатирован как таблица.

Покажем, как работает GPT-генерация текста на примере табличной карточки товара, рис. 56.

Описание

Короткие хлопковые женские носки с пикатом-«сердечком» на резинке созданы специально для девушек, живущих активной жизнью. Идеально подходит под спортивную обувь.

Характеристики

Сезон	На любой сезон	Пол	Женский
Материал	Хлопок, Полиамид, Эластан	Страна-изготовитель	Беларусь
Состав материала	хлопок 70%, полиамид 28%, эластан 2%	Вид принта	Сервис
Коллекция	Базовая коллекция		Рекомендуется машинная стирка при 30 градусах.
Стиль	Домашний, Классический, Повседневный, Спортивный	Инструкция по уходу	
Тип	Носки	Тип упаковки одежды	Пакет
Бренд в одежде и обуви	Conte	Размер производителя	p. 25
Российский размер	38, 39	Праздник	День рождения, Новый год, Рождество, Универсальный
		Цвет	221 белый

Информация о технических характеристиках, комплекте поставки, стране изготовления, внешнем виде и цвете товара носит справочный характер и основывается на последних доступных к моменту публикации сведениях

Рисунок 56 – Карточка товара с табличным описание

Пример GPT-промпта 5 – Генерация продающего описания товара на основании табличных данных

Составьте продающее описание товара, используя данные [текст с характеристиками товара]

В результате генерации продающего описания товара мы получаем текст. К сожалению текст, после GPT-генерации имеет недочеты, поэтому на стадии редактирования и корректуры мы применили возможности КонтрПлагият. Алго-

ритм академической нейронной сети применяет несколько методов, генерации по образцу, которые гарантируют приемлемое качество и уникальность создаваемого контента. Несомненным достоинством текстов, отредактированных КонтрПлагиа́т заключена в том, что они не детектируются поисковыми системами и антиплагиат, версии ВУЗ, как генеративные.

Во-первых, КонтрПлагиа́т анализирует имеющийся объем информации и использует его в качестве основы для генерации нового контента, расширяя и дополняя исходную информацию, алгоритм создает уникальную статью с более полным и подробным изложением.

Во-вторых, КонтрПлагиа́т уникализирует текст. Алгоритм проверяет сгенерированный контент на соответствие индексам поисковых систем, таких как Google, Yandex, Rambler, Bing и Yahoo. Сверка с индексом может осуществляться как по методу шинглов, так и с учетом рерайта. Используя результаты анализа, нейросеть вносит необходимые изменения, чтобы гарантировать высокую уникальность.

В-третьих, КонтрПлагиа́т придает созданному контенту человеческий стиль изложения. Благодаря передовым алгоритмам обработки естественного языка, текст, сгенерированный нейросетью, становится похожим на то, что мог бы написать человек, поэтому он не детектируется системами обнаружения текстов ИИ.

В результате использования алгоритма КонтрПлагиа́т

можно получить уникальные статьи, которые эффективно привлекают органический трафик и способствуют увеличению объемов продаж.

Пример генерации уникального текста нейросетью КонтрПлагат

Носки Conte представляют собой короткие хлопковые женские носки, которые стали популярным выбором для девушек, ведущих активный образ жизни. На резинке носков украшение в виде пикотом – «сердечка», добавляющего шарма и женственности. Носки отлично сочетаются со спортивной обувью, что делает их идеальным вариантом для занятий спортом и физическими упражнениями.

Носки Conte изготовлены из высококачественных материалов: хлопка, полиамида и эластана. Сочетание этих материалов обеспечивает комфорт и прочность носков, делая их долговечными и приятными к ношению. Хлопок составляет 70% материала, что придает носкам мягкость и хорошую воздухопроницаемость. Полиамид (28%) и эластан (2%) обеспечивают эластичность и комфортное прилегание носков по форме ноги.

Носки Conte входят в базовую коллекцию бренда и отличаются универсальным стилем, который подойдет как для повседневного использования, так и для домашнего образа. Они могут быть носками для спорта или прекрасным до-

полнением к классическому наряду. Таким образом, носки являются весьма практичным и универсальным вариантом для различных ситуаций.

Носки Conte предлагаются в женском размере 38—39 и имеют светло-белый цвет (оттенок 221 белый). Это делает их подходящими для любого сезона, поскольку светлый цвет носков отлично сочетается с различными типами одежды. Они могут использоваться в самых разных ситуациях, а также подходят для повседневной носки в любое время года.

Носки Conte производятся в Беларуси, стране с богатыми традициями текстильного производства. Бренд Conte известен своим качеством и надежностью, что делает его выбором многих покупателей. Инструкции по уходу за носками рекомендуют машинную стирку при температуре 30 градусов, что позволяет сохранить их первоначальный вид и качество материала.

Носки Conte упакованы в пакет соответствующего размера от производителя, что обеспечивает удобство хранения и транспортировки. «Сердечко», на резинке носков, является особым принтом, который придает носкам дополнительную изюминку и оригинальность. Благодаря этому уникальному элементу декора носки Conte становятся не только функциональным предметом гардероба, но и стильным аксессуаром, подчеркивающим индивидуальность и творческий подход к моде.

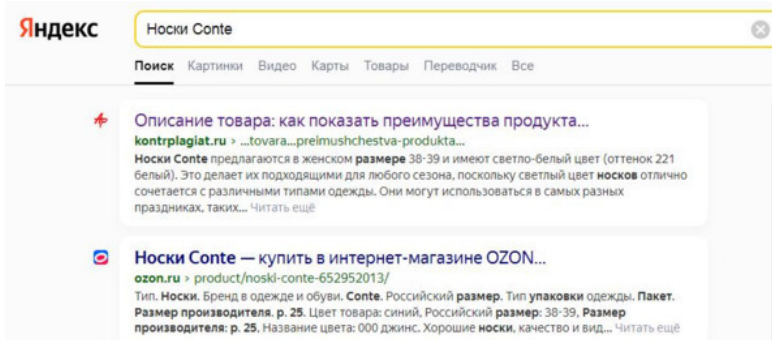


Рисунок 57 – Генеративный текст, созданный КонтрПлагиат уникален, что обеспечивает его присутствие в верхних строках поисковых выдач

Примите к сведению, что многочисленные промпты, от коллег из стран за границей, которые уже осваивают Промпт-инжиниринг (Prompt engineering для LLM), в том числе занимающие целый лист не всегда удачно составлены. GPT выявляет «вес требований», если инструкция большая, то нет гарантии, что ключевое требование будет исполнено, т.к. его вес равен весу других, не ключевых требований. На основании приведенных результатов предлагаем следующий алгоритм составления запросов:

- Четко сформулируйте задачу и порядок ее выполнения.
- Обеспечьте контекст, который имеет однозначное тол-

кование.

– Укажите, в какой форме должен быть представлен ответ, GPT-запрос 6, рис. 58.

Пример GPT-промпта 6

Напишите научный текст, используйте контекст [Определение конкурентоспособности предприятия предполагает обобщенную оценку его конкурентных преимуществ в вопросах формирования ресурсного потенциала, качества удовлетворения потребительского спроса и достигнутой, благодаря этому эффективности функционирования хозяйственной системы предприятия.]. Повторяющиеся термины и фразы замените на синонимичные, текст не должен содержать введение и заключение, увеличьте объем материала на 500%.

Пример GPT-ответа

Конкурентоспособность предприятия определяется обобщенной оценкой его рыночных преимуществ в контексте формирования его ресурсного потенциала, удовлетворения потребительского спроса и эффективности функционирования экономической системы предприятия. Оценка субъекта предпринимательской деятельности с позиции возможностей рыночного противостояния конкурен-

там включает оценку его преимуществ, которые могут определяться различными факторами, такими как инновационность продукции, качество, цена, обслуживание клиентов, маркетинговые стратегии и т. д.

Развитие ресурсного потенциала фирмы является одним из ключевых аспектов ее конкурентоспособности. Ресурсный потенциал включает в себя финансовые, материальные, технические, человеческие и информационные ресурсы, которые рыночный субъект может использовать для достижения рыночных преимуществ

Качество удовлетворения потребностей потребителей – еще один важный аспект конкурентной способности компании. Успешные субъекты экономической деятельности стремятся предлагать потребителям товары или услуги, полностью отвечающие их потребностям и ожиданиям. Это достигается путем постоянного анализа потребительского спроса, разработки и внедрения инновационных решений и поддержания высокого уровня качества продукции или услуг.

Эффективность бизнес-системы организации или предприятия также является важным аспектом ее рыночных возможностей. Эффективность достигается за счет оптимизации бизнес-процессов, применения современных технологий и методов управления, постоянного повышения производительности и качества.

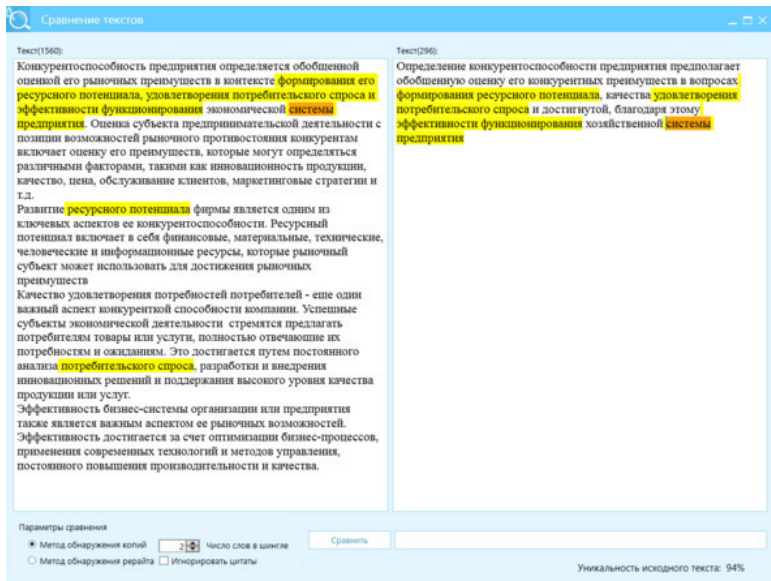


Рисунок 58 – Увеличение объема текста в 5 раз, замена высокочастотных ключевиков на синонимы (левое окно, текст созданный GPT; правое окно – текст исходник)

Рис. 58 демонстрирует подход GPT к увеличению объема текста, новый текст дописывается к основному, путем декомпозиции ключевых идей.

Рассмотрим применение GPT на практике, для существенного ускорения написания исследовательских работ.

3. ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И СТРУКТУРЕ исследовательской РАБОТЫ

3.1. Структура исследовательской работы, план работы

Процесс осуществления исследования состоит из трех этапов:

- подготовительный;
- исследовательский, проведение исследования и отражение результатов в главах работы или отчета;
- доработка материалов исследования с учетом замечаний руководителя, антиплагиат (актуально для студентов и аспирантов), нормоконтроль (актуально для ВУЗов).

Подготовительный этап начинается с поиска и знакомства с основными источниками, составления чернового плана маркетингового исследования. Ознакомление с литературой позволяет выяснить, насколько содержание того или иного источника соответствует выбранной теме, как далеко продвинулась научная мысль и практика по теме работы, какие тренды имеют отчетливые очертания и являются пер-

спективными. Знакомство с литературой существенно ускоряется при использовании GPT.


GPT может быть применен для реферирования, суммаризации текстов, согласно заданных условий, выявления общего и частного содержательной части, развития целостной мысли на основании скупого суждения, обобщения, выработки предложений, разработки программ исследований, проведения исследований, разъяснения сложных вопросов и т. д.

Приведем примеры промптов (запросов, инструкций) для GPT с позиции Промпт-инжиниринга (Prompt engineering для LLM).

Поиск литературы может осуществлять в фондах Российской Государственной Библиотеки (РГБ: search.rsl.ru). При поиске используются фильтры: «Каталог авторефератов диссертаций», «Дата поступления в Электронный каталог», рис. 59.

Вероятно, не имеет смысла доказывать, что диссертационные публикации в фондах РГБ представляют из себя материал высшего качества, обладают актуальностью, на дату защиты и содержат достоверную научную информацию.

Как видно из рис. 59 публикации снабжаются пиктограммами, открытый замок свидетельствует, что работа находится в открытом доступе и с ней можно ознакомиться, рис. 60.



РОССИЙСКАЯ
ГОСУДАРСТВЕННАЯ
БИБЛИОТЕКА

рус
eng

[нов](#)
[Поступления](#)
[А-Я Алфавитный указатель](#)
[Имя.каталог](#)
[СУР](#)
[? Справка](#)

[Поиск](#)

[Расширенный поиск](#)

Сортировка [info](#) [x](#)

По релевантности

Единый электронный каталог РГБ [x](#)

☒ Каталог авторефератов диссертаций 26

☐ Каталог диссертаций

☐ Каталог газет

[смотреть все](#)

Дата поступления в Электронный каталог [x](#)

01.01.2020 – 30.07.2023

Документы [x](#)

☐ Не оцифрованные

☐ Оцифрованные 26

Языки [x](#) [выбрать](#)

☐ Русский 26

Тема [x](#) [выбрать](#)

☐ УВ Экономика отдельных стран 21

Специальности ВАК [info](#) [x](#) [выбрать](#)

☐ Экономика 20

☐ Техника 3

☐ Социальные и гуманитарные науки 3

По релевантности [x](#) Поступили в ЕЭК РГБ с 01.01.2020 [x](#) Поступили в ЕЭК РГБ по 30.07.2023 [x](#)

Каталог авторефератов диссертаций [x](#) [очистить все фильтры](#)

Результатов: 26, страница 1 / 3 (0.337 сек.) [Внешние ресурсы: 3796](#)

1



Шепелев, Роман Евгеньевич.

Использование патентной информации для повышения конкурентоспособности предприятий нефтегазового комплекса : автореферат дис. ... кандидата экономических наук. - 08.00.05 / Шепелев Роман Евгеньевич. [Место защиты: Санкт-Петербургский государственный экономический университет]. - Санкт-Петербург, 2021. - 24 с. [скач](#)

[Цитаты из текста:](#)

[стр. 1](#) На правах рукописи ШЕПЕЛЕВ РОМАН ЕВГЕНЬЕВИЧ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПАТЕНТНОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА

[Описание](#)

[Читаль](#) [К.диссертации](#)

[В избранное](#) [Заказать](#)

2



Ивашкин, Георгий Андреевич.

Повышение конкурентоспособности предприятия почтовой связи на основе управления качеством в условиях цифровизации : автореферат дис. ... кандидата экономических наук. - 08.00.05 / Ивашкин Георгий Андреевич. [Место защиты: Санкт-Петербургский государственный экономический университет]. - Санкт-Петербург, 2020. - 24 с. [скач](#)

[Цитаты из текста:](#)

[стр. 1](#) На правах рукописи ИВАШКИН ГЕОРГИЙ АНДРЕЕВИЧ ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПОЧТОВОЙ СВЯЗИ НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

[Описание](#)

Рисунок 59 – Интерфейс поиска в РГБ, применение фильтров

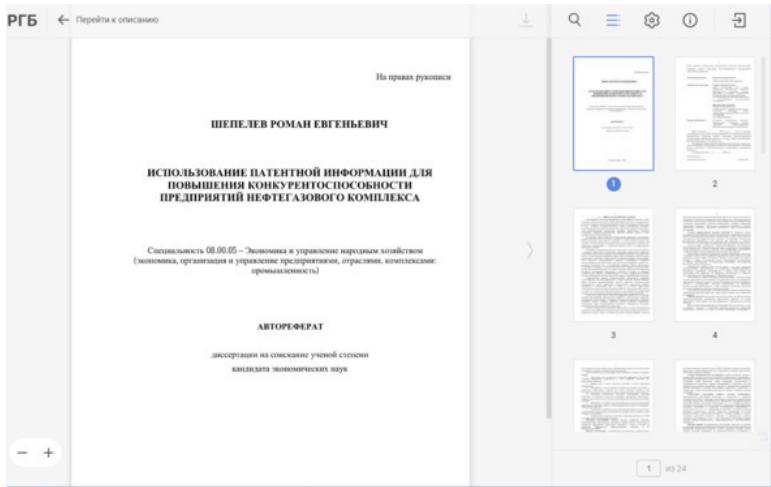


Рисунок 60 – Читательский интерфейс РГБ

Часть источников, депонированных в РГБ, не содержат текстовый слой и представлены картинками или текстовый слой присутствует, но с дефектами OCR-распознавания. В этом случае можно воспользоваться программой Abbyy Screenshot Reader Portable (не требует инсталляции). Чтобы сделать скриншот в Abbyy Screenshot Reader, нужно вызвать программу, выбрать «Передать – текст в буфер обмена» и нажать на кнопку «Сделать снимок», выбрать нужную область скриншота и сохранить распознанный текст в текстовый редактор, например Word.

Если возникли проблемы распознавания текста, то применяются возможности GPT по редактированию и корректуре, промпт 7.

Пример GPT-промпта 7 – Редактура текста после OCR-распознавания

Исправь ошибки OCR-распознавания, отредактирую текст, не добавляй новых фраз, используй данные [текст, после распознавания в ScreenshotReader]

Искатели научных знаний часто застревают на ключевых словах темы, это сужает вариативность поисковых выводов, рекомендуется расширять поиск за счет синонимичных запросов, выявить вариативность синонимизации темы можно используя возможности GPT, промпта 8.

Пример GPT-промпта 8

Предложите синонимы для термина [конкурентоспособность]

Пример GPT-ответа

конкуренция, рыночная состязательность, рыночное противостояние, соперничество, рыночное противобор-

ство, способность конкурировать

Пример GPT-промпта 9

Предложите вариативность поисковых запросов для Google, Yandex, Rambler, используя тему исследования [Повышение конкурентоспособности предприятия]

Пример GPT-ответа

Стратегии повышения конкурентных преимуществ предприятия

Методы улучшения конкурентных возможностей предприятия

Инновационные подходы к повышению конкурентоспособности предприятия

Эффективные стратегии рыночного противостояния

Анализ способности конкурировать на рынке

Ключевые факторы рыночного противоборства

Инструменты для оценки возможности предприятия конкурировать

Для использования возможностей поиска в Google, Yandex, Rambler рекомендуется использовать поисковые операнды, Приложение 1.

Покажем на примере, как обобщить найденные библио-

графии, с целью выявления проблем маркетинга в ретроспективе последних лет, промпт 10.

С помощью поиска в РГБ мы нашли следующие диссертационные исследования, убрали лишнюю информацию и получили нумерованный библиографический список:

1. *Шепелев, Р. Е. Использование патентной информации для повышения конкурентоспособности предприятий нефтегазового комплекса: автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Шепелев Роман Евгеньевич. – Санкт-Петербург, 2021. – 24 с.*

2. *Ивашкин, Г. А. Повышение конкурентоспособности предприятия почтовой связи на основе управления качеством в условиях цифровизации: автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Ивашкин Георгий Андреевич. – Санкт-Петербург, 2020. – 24 с.*

3. *Мухамадеев, А. Ф. Повышение конкурентоспособности предприятий фармацевтической промышленности на основе кластерного подхода: автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 05.02.2023 / Мухамадеев Айрат Фаритович. – Казань, 2023. – 26 с.*

4. *Братко, И. В. Управление конкурентоспособностью предприятий топливно-энергетического комплекса на основе совершенствования закупочной деятельности: автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Братко Ирина Валерьевна. – Воронеж, 2021. – 22 с.*

5. Соколов, А. С. *Методический инструментарий оценки конкурентоспособности горнодобывающих предприятий: автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Соколов Александр Сергеевич. – Екатеринбург, 2022. – 22 с.*

6. Сиренко, О. О. *Обеспечение конкурентоспособности го-
стиничных предприятий в современных условиях: авторефе-
рат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Си-
ренко Олег Олегович. – Санкт-Петербург, 2022. – 24 с.*

7. Воронов, Д. С. *Методология динамической оценки, ана-
лиза и управления конкурентоспособностью промышленно-
го предприятия: автореферат дис. ... доктора экономиче-
ских наук: 08.00.05 / Воронов Дмитрий Сергеевич. – Екате-
ринбург, 2021. – 48 с.*

8. Шамрай, Ф. А. *Обеспечение конкурентоспособности
судостроительных предприятий с применением цифровых
технологий: автореферат дис. ... кандидата экономических
наук: 08.00.05 / Шамрай Феликс Анатольевич. – Санкт-Пе-
тербург, 2022. – 25 с.*

Наплёкова, Т. К. *Совершенствование производственной
стратегии как инструмент повышения конкурентоспо-
собности промышленных предприятий: автореферат дис.
... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Наплёкова Та-
тьяна Константиновна. – Барнаул, 2022. – 28 с.*

Сохраните данные библиографические описания, в спис-

ке литературы, они нам пригодятся для теоретической части исследования.

Пример GPT-промпта 10 – Выявления исследовательских трендов

На основании библиографических записей [список литературы], выявите тренд исследований в сфере маркетинга

Пример GPT-ответа

На основе приведенных библиографических записей можно выявить тенденции развития маркетинговых исследований, связанных с повышением конкурентоспособности субъектов предпринимательской и экономической деятельности в различных отраслях экономики. Все диссертационные труды относятся к области экономики и имеют общую специализацию «08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами)».

Представленные исследования посвящены различным аспектам повышения конкурентоспособности предприятий, таким как использование патентной информации, управление качеством, кластерный подход, совершенствование

государственных закупок, оценка конкурентоспособности, использование цифровых технологий. Это свидетельствует об актуальности и важности данных тем в современных экономических условиях.

Следует также отметить, что большинство исследований проводилось в крупных городах России, таких как Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань, Воронеж.

Таким образом, тенденции развития маркетинговых исследований, выявленные на основе приведенных библиографических записей, связаны с поиском и разработкой новых подходов и методов повышения конкурентоспособности предприятий в различных отраслях экономики. Это отражает важность и актуальность данной темы в современном деловом мире.

Как видно, GPT обладает навыком обобщения информации, при этом использованы критерии обобщения, которые ИИ выявил по итогам анализа данных.

Ниже приведен промпт 11, который поможет составить план работы, на тему: «Разработка маркетинговой стратегии организации (на примере ООО ТД «Даду-Даду»», на основании условий и найденной литературы, рис. 61.

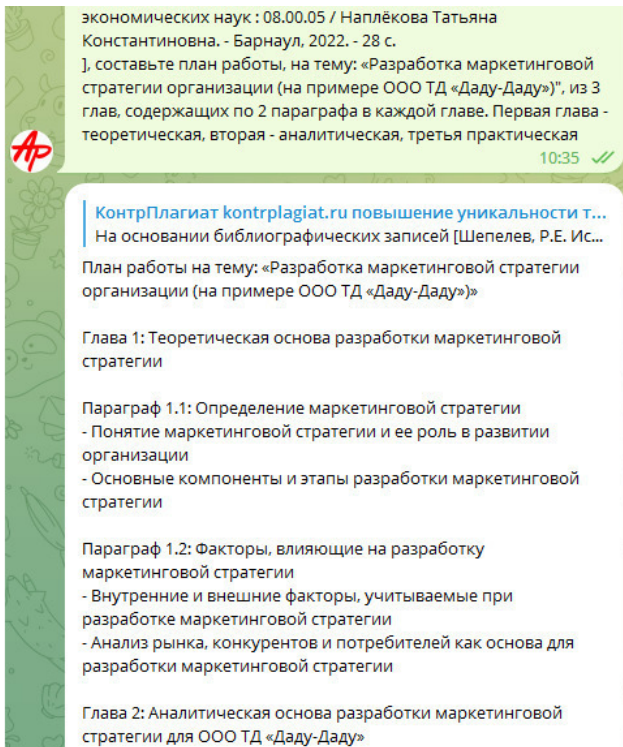


Рисунок 61 – Диалоговый интерфейс ChatGPT 4 | MidJourney | Bot

Пример GPT-промпта 11 – Разработка плана исследования на основании библиографических записей (найденной литературы)

На основании библиографических записей [библиографический список литературы], составьте план работы, на тему: «Разработка маркетинговой стратегии организации (на примере ООО ТД „Даду-Даду“)\», состоящий из 3 глав, содержащих по 2 параграфа в каждой главе. Первая глава – теоретическая, вторая – аналитическая, третья – практическая. Предложите план изложения для каждого параграфа.

Пример GPT-ответа

План работы на тему: «Разработка маркетинговой стратегии организации (на примере ООО ТД „Даду-Даду“)\»

Глава 1: Теоретическая основа разработки маркетинговой стратегии

Параграф 1.1: Определение маркетинговой стратегии

– Понятие маркетинговой стратегии и ее роль в развитии организации

– Основные компоненты и этапы разработки маркетинговой стратегии

Параграф 1.2: Факторы, влияющие на разработку маркетинговой стратегии

– Внутренние и внешние факторы, учитываемые при разработке маркетинговой стратегии

– Анализ рынка, конкурентов и потребителей как основа для разработки маркетинговой стратегии

Глава 2: Аналитическая основа разработки маркетинговой стратегии для ООО ТД «Даду-Даду»

Параграф 2.1: Анализ внутренней среды организации

– Анализ ресурсов и компетенций ООО ТД «Даду-Даду»

– Определение сильных и слабых сторон организации

Параграф 2.2: Анализ внешней среды организации

– Анализ макроэкономических факторов, влияющих на деятельность организации

– Анализ отраслевой среды и конкурентов ООО ТД «Даду-Даду»

– Определение возможностей и угроз для организации

Глава 3: Практическая разработка маркетинговой стратегии для ООО ТД «Даду-Даду»

Параграф 3.1: Определение целей и задач маркетинговой стратегии

– Определение основных целей и задач, которые должна решать маркетинговая стратегия

– Установление конкретных показателей для оценки достижения целей

Параграф 3.2: Выбор стратегических направлений разви-

тия организации

– Определение целевых сегментов рынка и позиционирование организации

– Выбор конкурентных преимуществ и разработка маркетинговых миксов

– Обоснование эффективности маркетинговой стратегии

Если имеется план работы, который вам подходит, его можно декомпозировать на вопросы, требующие рассмотрения, рис. 62, промпт 12.



маркетинговой стратегии исследуемого предприятия
3.1 Обоснование и разработка маркетинговой стратегии
3.2. Оценка эффективности разработанной маркетинговой стратегии
Заключение]

10:45 ✓

КонтрПлагиаТ kontrplagiat.ru повышение уникальности т...
Напишите план работы на тему [Разработка маркетинговой ...

План работы на тему "Разработка маркетинговой стратегии организации (на примере ООО ТД «Даду-Даду»)" может быть следующим:

1. Введение

- Обоснование актуальности темы исследования
- Цель и задачи исследования
- Объект и предмет исследования

2. Теоретические аспекты маркетинговых стратегий предприятия

2.1. Сущность маркетинговой стратегии в управлении предприятием

- Определение маркетинговой стратегии
- Роль маркетинговой стратегии в управлении

предприятием

2.2. Виды маркетинговых стратегий и их роль в управлении предприятием

- Основные виды маркетинговых стратегий
- Роль каждого вида маркетинговой стратегии в управлении

предприятием

2.3. Этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия

- Анализ внешней и внутренней среды предприятия
- Определение целей и задач маркетинговой стратегии
- Выбор стратегических направлений и инструментов

маркетинга

- Реализация и контроль маркетинговой стратегии

3. Анализ маркетинговой стратегии предприятия ООО ТД «Даду-Даду»

3.1. Организационно-экономическая характеристика объекта исследования

Пример GPT-промпта 12 – Разработка плана работы на основании имеющего плана или на основании образца

Напишите план работы на тему [тема вашей работы] используя в качестве образца план ВКР [план работы, который вы считаете хорошим прототипом или план работы, рекомендованный ВУЗом в качестве образца]

Пример GPT-ответа

План работы на тему «Разработка маркетинговой стратегии организации (на примере ООО ТД «Даду-Даду»)» может быть следующим:

1. Введение

- Обоснование актуальности темы исследования*
- Цель и задачи исследования*
- Объект и предмет исследования*

2. Теоретические аспекты маркетинговых стратегий предприятия

2.1. Сущность маркетинговой стратегии в управлении предприятием

- Определение маркетинговой стратегии

- Роль маркетинговой стратегии в управлении предприятием

2.2. Виды маркетинговых стратегий и их роль в управлении предприятием

- Основные виды маркетинговых стратегий

- Роль каждого вида маркетинговой стратегии в управлении предприятием

2.3. Этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия

- Анализ внешней и внутренней среды предприятия

- Определение целей и задач маркетинговой стратегии

- Выбор стратегических направлений и инструментов маркетинга

- Реализация и контроль маркетинговой стратегии

3. Анализ маркетинговой стратегии предприятия ООО ТД «Даду-Даду»

3.1. Организационно-экономическая характеристика объекта исследования

- Краткое описание ООО ТД «Даду-Даду»

- Структура и организационная культура предприятия

3.2. Анализ маркетинговой деятельности предприятия ООО ТД «Даду-Даду»

- Анализ маркетинговых стратегий, используемых предприятием

– Оценка эффективности маркетинговой деятельности

3.3. Идентификация проблем маркетинга в организации

– Выявление слабых мест и недостатков в маркетинговой стратегии предприятия

– Анализ факторов, влияющих на успешность маркетинговой деятельности

4. Разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой стратегии исследуемого предприятия

4.1. Обоснование и разработка маркетинговой стратегии

– Определение новых стратегических направлений и инструментов маркетинга

– Разработка плана действий по реализации маркетинговой стратегии

4.2. Оценка эффективности разработанной маркетинговой стратегии

– Оценка планируемых результатов и эффектов от внедрения новой стратегии

– Разработка системы контроля и оценки эффективности маркетинговой стратегии

5. Заключение

– Основные выводы исследования

– Рекомендации по совершенствованию маркетинговой стратегии предприятия

– Перспективы дальнейших исследований в данной обла-

сти

Ответ GPT удовлетворительный, т.к. мы имеем основу для составления плана.

Пример GPT-промпта 13 – Разработка плана работы, универсальный запрос

Напишите план работы на тему [тема вашей работы] используя в качестве образца план ВКР [план работы, который вы считаете хорошим или план работы, рекомендованный ВУЗом в качестве образца] а также заголовки имеющихся материалов и статей [названия статей, которые вы планируете использовать в работе]. План должен содержать [2, 3, 4, укажите нужное количество] главы, в каждой главе [2, 3, 4 и т.д.] параграфов

Пример GPT-ответа

Введение

1. Теоретические аспекты маркетинговых стратегий предприятия

1.1. Сущность маркетинговой стратегии в управлении предприятием

1.2. Виды маркетинговых стратегий и их роль в управлении предприятием

1.3. Методология и этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия

2. Анализ маркетинговой стратегии предприятия ООО ТД «Дадю-Дадю»

2.1. Организационно-экономическая характеристика объекта исследования

2.2. Анализ маркетинговой деятельности предприятия ООО ТД «Дадю-Дадю»

2.3. Идентификация проблем маркетинга в организации

3. Разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой стратегии исследуемого предприятия

3.1. Обоснование и разработка маркетинговой стратегии объекта исследования

3.2. Оценка экономической эффективности разработанной маркетинговой стратегии

Заключение

Как видно из приведенных примеров, конкретное содержание плана определяется темой исследования. В то же время необходимо учитывать некоторые общие черты. Последовательность, следование от теоретической части, к аналитической и практической. В плане должны быть выделены актуальные вопросы темы, согласно ключевому понятию. Хорошо продуманный перечень ключевых пунктов позволяет разделить работу на главы и наметить параграфы внутри глав, название которых не повторяет тему работы (частное

не может звучать как целое). Структура плана характеризуется наличием введения, нескольких глав, состоящих из параграфов и выводов.

В дальнейшем в план могут вноситься изменения, которые должны быть согласованы с руководителем.

3.2. Аннотация

Под аннотацией понимают краткую характеристику всей работы. Аннотация пишется на русском и английском языках, при этом текст аннотации на двух языках не должен превышать объем 1500—1800 знаков, должен занимать одну страницу формата А4. Аннотация размещается перед СОДЕРЖАНИЕМ, номер страницы считается, но не указывается.

Аннотация должна содержать:

- сведения об объеме работы, количестве иллюстраций, таблиц, приложений, количестве использованных источников;
- перечень ключевых слов, промпт 14;
- текст аннотации (около 400 знаков с пробелами).

Перечень ключевых слов должен включать от пяти (5) до двенадцати (12) слов или словосочетаний из текста работы, которые в наибольшей мере характеризуют ее содержание, приводятся в именительном падеже и печатаются прописными буквами в строку через запятые.

Текст аннотации должен отражать:

- объект наблюдения и исследования или разработки;
- предмет исследования;
- цель работы;
- метод или методологию проведения работы;

- основные результаты работы;
- рекомендации по внедрению или итоги внедрения;
- область применения;
- экономическую эффективность или значимость работы.

Возможности GPT ограничены, поэтому, покажем на примере как составить перечень ключевых слов на основании плана работы, промпт 14, рис. 63.

Пример GPT-промпта 14

Составьте перечень ключевых понятий от пяти (5) до двенадцати (12) слов или словосочетаний, которые в наибольшей мере характеризуют содержание контекста. Ключевые слова ранжируйте от высокочастотных до низкочастотных, приведите их в именительном падеже, прописными буквами, в строку, в качестве разделителя используйте запятую [1. Теоретические аспекты маркетинговых стратегий предприятия

1.1. Сущность маркетинговой стратегии в управлении предприятием

1.2. Виды маркетинговых стратегий и их роль в управлении предприятием

1.3. Методология и этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия

2. Анализ маркетинговой стратегии предприятия ООО ТД «Дадуду-Дадуду»

- 2.1. Организационно-экономическая характеристика объекта исследования
 - 2.2. Анализ маркетинговой деятельности предприятия ООО ТД «Дадудаду»
 - 2.3. Идентификация проблем маркетинга в организации
 - 3. Разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой стратегии исследуемого предприятия
 - 3.1. Обоснование и разработка маркетинговой стратегии объекта исследования
 - 3.2. Оценка экономической эффективности разработанной маркетинговой стратегии
-]

Пример GPT-ответа

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ, ПРЕДПРИЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, УПРАВЛЕНИЕ, ВИДЫ, РОЛЬ, МЕТОДОЛОГИЯ, ЭТАПЫ, АНАЛИЗ, ООО ТД «ДАДУ-ДАДУ», ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ИДЕНТИФИКАЦИЯ ПРОБЛЕМ, РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ, ОБОСНОВАНИЕ, ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ



Составьте перечень ключевых понятий от пяти (5) до двенадцати (12) слов или словосочетаний, которые в наибольшей мере характеризуют содержание контекста. Ключевые слова ранжируйте от высокочастотных до низкочастотных, приведите их в именительном падеже, прописными буквами, в строку, в качестве разделителя используйте запятую [1. Теоретические аспекты маркетинговых стратегий предприятия

1.1. Сущность маркетинговой стратегии в управлении предприятием

1.2. Виды маркетинговых стратегий и их роль в управлении предприятием

1.3. Методология и этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия

2. Анализ маркетинговой стратегии предприятия ООО ТД «Даду-Даду»

2.1. Организационно-экономическая характеристика объекта исследования

2.2. Анализ маркетинговой деятельности предприятия ООО ТД «Даду-Даду»

2.3. Идентификация проблем маркетинга в организации

3. Разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой стратегии исследуемого предприятия

3.1. Обоснование и разработка маркетинговой стратегии объекта исследования

3.2. Оценка экономической эффективности разработанной маркетинговой стратегии

]



16:50 ✓

[КонтрПлагият kontrplagiat.ru](https://kontrplagiat.ru) повышение уникальности т...

Составьте перечень ключевых понятий от пяти (5) до двенадцати (12) слов или словосочетаний, которые в наибольшей мере характеризуют содержание контекста. Ключевые слова ранжируйте от высокочастотных до низкочастотных, приведите их в именительном падеже, прописными буквами, в строку, в качестве разделителя используйте запятую [1. Теоретические аспекты маркетинговых стратегий предприятия

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ, ПРЕДПРИЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, УПРАВЛЕНИЕ, ВИДЫ, РОЛЬ, МЕТОДОЛОГИЯ, ЭТАПЫ, АНАЛИЗ, ООО ТД «ДАДУ-ДАДУ», ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ИДЕНТИФИКАЦИЯ ПРОБЛЕМ, РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ, ОБОСНОВАНИЕ, ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

[Потрачено токенов: 903]

16:50

Рисунок 63 – Пример запроса и ответа в ChatGPT 4 |
MidJourney | Bot

3.3. Содержание

В содержании последовательно указываются заголовки частей исследования: введение; названия глав и входящих в них параграфов; заключение; список использованной литературы; приложения. Введение, названия глав, заключение, список использованной литературы – это заголовки первого уровня. Против каждого заголовка, в правой стороне листа указывается номер страницы, с которой начинается раздел или подраздел. Перед названием глав и параграфов пишутся их номера.

Слово «СОДЕРЖАНИЕ», на наш взгляд не является корректным, так под содержанием понимается перечень не связанных общей темой материалов, например в сборнике статей. Корректней употреблять слово «ОГЛАВЛЕНИЕ», которое пишется прописными буквами обычным начертанием и выравнивается по центру строки. Названия разделов (заголовков первого уровня), введение, заключение, список использованных источников и приложения пишутся прописными буквами. Содержание должно быть размещено на одной странице. Шрифт Times New Roman, кегль 14. Некоторые ВУЗы могут рекомендовать тщательно проверять совпадение нумерации всех глав и параграфов перед брошюрованием работы, думаем, в связи с наличием в Word функции автособираемого оглавления, рекомендация имеет ме-

сто, т.к. оглавление требуется обновлять, перед окончательным сохранением работы.

Если план работы известен, и размещен в документе Word, заголовкам могут присвоены стили, ЗАГОЛОВОК 1 УРОВНЯ, заголовок 2 уровня и т. д. В таком случае оглавление можно составить сразу, как правило оно размещается на второй странице исследования, с которой начинается видимая нумерация всей работы.

3.4. Введение

Во введении актуализируется тема исследования, приводятся тезисные доводы, подтверждающие актуальность и значение, формулируются цель, задачи ВКР (пишутся на основании заголовков первого уровня, основной части). Во введении указывается объект исследования, даются отдельные разъяснения по содержанию ВКР, например, чем обусловлено ограничение круга исследуемых вопросов (недостаточно исследовано, содержит мало практических публикаций, вроде исследовано, а специалисты делают неправильно), на каких фактических материалах строится работа и т. д.

Объем введения, как правило, не превышает 3—4% всего объема работы.

Цель исследования – это то, что нужно достичь в соответствии с выбранной темой ВКР, обосновать, доказать экономическую эффективность предложений по совершенствованию, улучшению, оптимизации и т. д. Задачи ВКР конкретизируют цель и отражают последовательность исследования в части заголовков первого уровня. Формулировку задач рекомендуется начинать со слов: проанализировать ..., разработать ..., обобщить ..., выявить ..., доказать ..., внедрить ..., выработать ..., найти ..., определить ..., установить ..., рекомендовать ..., обосновать... и т. д. Следует указывать те

задачи, которые действительно решаются работе, как правило, решаются 3—4 задачи.

Примеры неправильной постановки задач:

- проанализировать теоретические источники по изучаемой проблеме;
- выбрать методы исследования;
- провести эмпирические исследования;
- определить перспективы дальнейшего развития (процесса, явления...);
- разработать практические рекомендации.

Примеры правильной постановки задач:

- обобщить теоретические источники по изучаемой проблеме;
- обосновать методы исследования;
- выявить проблемы, на основании эмпирических исследований;
- обосновать перспективы дальнейшего развития (процесса, явления...);
- разработать и экономически обосновать практические рекомендации.

Объектом исследования могут служить экономические системы различного масштаба, уровня, сфер действия, форм собственности. Например, это может быть область научных

изысканий, в которой выявлена и существует исследуемая проблема; процесс или явление, выбранное для изучения, отношения, часть экономической действительности, на которую направлен процесс научного познания. Предприятие (организация, учреждение), на материалах которого выполнена работа – это объект наблюдения, который часто отождествляют с понятием «объект исследования».

Выделение предмета исследования – это выявление особенностей объекта, которые будут исследованы в работе. Предмет исследования в общем случае – это то, на что направлена мысль, что составляет ее содержание, конкретная проблема, разрешение которой требует проведения исследования. Предметом исследования может выступать процесс, отношения, явления, результаты, а также приемы, методы, способы их изучения и изменения в рамках выбранной темы исследования.

Далее необходимо обосновать выбор методов исследования, применяемых при написании работы. Могут использоваться следующие методы исследования – общенаучные методы: научное наблюдение, сравнение, измерение, эксперимент, абстрагирование, анализ и синтез, моделирование, индукция и дедукция, исторический метод, восхождение от абстрактного к конкретному; частные и специальные методы: социологическое наблюдение, анализ документов, различные виды опросов, функционально-стоимостной и корреляционный анализ и др.

Во введении также отражается теоретическая и практическая значимость результатов работы, их направленность на решение конкретных практических проблем.

Стиль письменной научной мысли должен быть отличным от популярного, т.е. изложение ведется от третьего лица, не употребляются глаголы, выражающие чувства, эмоции, не допускается политизированность, все заявления подтверждаются фактами (цитированием) и т. д.

Автор выступает во множественном числе и вместо «я» должен употреблять «мы», т.к. студенты и аспиранты проводят исследование от лица кафедры, которая утвердила тему, а в реальном секторе экономики исследования производится от лица организации или структурного подразделения. Материал также может излагаться с использованием безличных оборотов или от третьего лица, например, «возможно предположить, что...», «представляется важным...», «автор считает, что...», «по мнению автора...» «автор делает вывод...» и т. д. Материал излагается с использованием принятой научной терминологии и профессионального языка. Недопустимо применять обороты разговорной речи или публицистический стиль («газетную лексику»).

Мы не случайно рассмотрели основные требования к введению, т.к. все эти рекомендации могут нами использоваться при составлении промптов для GPT. Допустим имеется тема: «Разработка маркетинговой стратегии организации (на примере ООО ТД „Даду-Даду“)\», рассмотрим работу

с GPT на примерах.

Актуализация темы исследования, промпт 15.

Пример GPT-промпта 15 – Актуализация темы исследования

Актуализируйте тему исследования [Разработка маркетинговой стратегии организации], приведите тезисные доводы, подтверждающие актуальность и значение, на основании контекста [любой содержательный текст, рассказывающий о важности маркетинговой стратегии в деятельности предприятия]

Пример GPT-ответа

– Рост независимости предприятий и их юридической и экономической ответственности в переходной экономике. В условиях рыночных отношений предприятия должны быть способными принимать стратегические решения для определения целей и средств развития.

– Увеличение значения конкуренции как основного инструмента регулирования хозяйственных процессов. Организации должны разрабатывать маркетинговые стратегии для увеличения продаж, взаимодействия с рынком и изучения конкурентов и внешней среды.

– Маркетинг в развитой рыночной экономике представ-

ляет собой менеджмент и организацию производственной или сбытовой деятельности предприятия. Он включает в себя разработку продукции, организацию и обеспечение материальной и технической составляющей, формирование цен, увеличение продаж и взаимодействие с рынком.

– Стратегический маркетинг рассматривается как объединенная система организации всей деятельности предприятия. Он является целым и единым процессом управления рынком и требует разработки и применения стратегии для обеспечения активной и эффективной деятельности.

– Стратегический маркетинг способен приспосабливаться к постоянно меняющейся внешней среде и генерировать предпринимательские возможности для стабильной экономической позиции предприятия. Недостаток времени и квалифицированного персонала в сфере управления может привести к отсутствию системы принятия долгосрочных маркетинговых решений и негативно сказаться на организациях.

– Разработка маркетинговой стратегии является неотъемлемой частью успешной деятельности предприятия или организации. Она позволяет выдержать рыночную конкуренцию и вести эффективную деятельность.

Пример GPT-промпта 16

На основании тезисов, напишите введение к исследова-

тельской работе на тему [тема вашего исследования], в виде связанного и логичного текста, объемом 2000 знаков, начните с фразы – актуальность темы настоящей работы обусловлена ..., далее, последовательно раскройте содержание актуальности, своевременности и важности исследования, используйте контекст [текст актуализации из предыдущего ответа GPT]

Пример GPT-ответа

Актуальность темы настоящей работы обусловлена ростом независимости предприятий и их юридической и экономической ответственности в переходной экономике. В условиях рыночных отношений предприятия должны быть способными принимать стратегические решения для определения цели и средств развития. Увеличение значения конкуренции как основного инструмента регулирования хозяйственных процессов также подчеркивает важность разработки маркетинговых стратегий для увеличения продаж, взаимодействия с рынком и изучения конкурентов и внешней среды.

Маркетинг в развитой рыночной экономике представляет собой менеджмент и организацию производственной или сбытовой деятельности предприятия. Он охватывает разработку продукции, организацию и обеспечение материальной и технической составляющей, формирование цен, увели-

чение продаж и взаимодействие с рынком. Стратегический маркетинг, в свою очередь, рассматривается как объединенная система организации всей деятельности предприятия. Он является целым и единым процессом управления рынком и требует разработки и применения стратегии для обеспечения активной и эффективной деятельности.

Однако, в современных условиях, когда внешняя среда постоянно меняется, нехватка времени и квалифицированного персонала в сфере управления может привести к отсутствию системы принятия долгосрочных маркетинговых решений и негативно сказаться на организациях. В этой связи разработка маркетинговой стратегии является неотъемлемой частью успешной деятельности предприятия или организации. Стратегия маркетинга позволяет выдержать рыночную конкуренцию и вести эффективную деятельность, приспосабливаясь к внешней среде, которая постоянно меняется, и генерируя предпринимательские возможности для стабильной экономической позиции предприятия.

Проведем сверку тезисов и полученного текста, рис. 64.

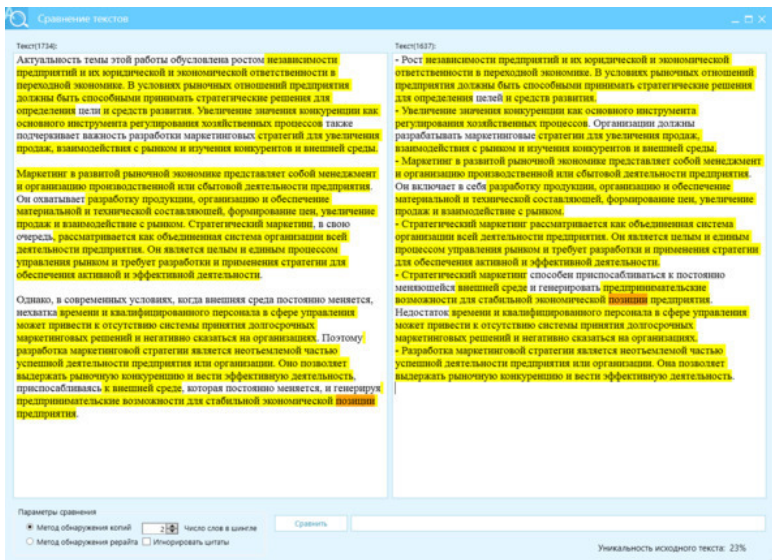
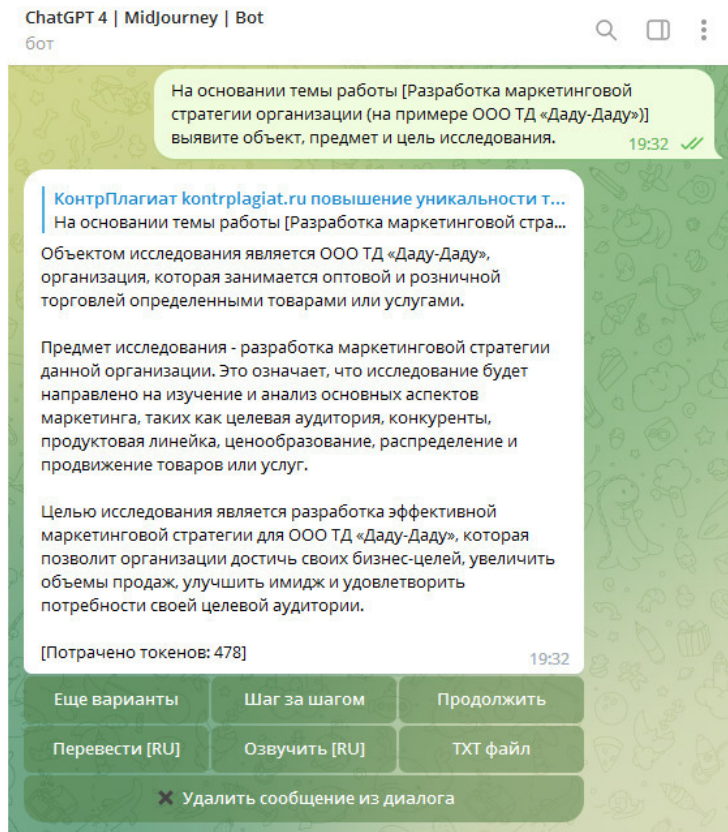


Рисунок 64 – Сверка тезисов (правое окно) и текста (левое окно), желтым цветом выделен текст, который не изменился

Как видно из рис. 64, мы не только получили уникальный текст, основанный на реальном контексте, но и организовали его в виде текста актуализации исследования, используя все тезисы.

Пример GPT-промпта 17

На основании темы работы [...] выявите объект, пред-



Как видно из рис. 65 ответ GPT является избыточным, после отсечения всего лишнего получаем объект, предмет и цель исследования.

Пример GPT-ответа

Объектом исследования является ООО ТД «Дадуду-Дадуду».

Предмет исследования – разработка маркетинговой стратегии организации.

Целью исследования является обоснование эффективности маркетинговой стратегии для ООО ТД «Дадуду-Дадуду».

Пример GPT-промпта 18

На основании заголовков глав плана исследования [...], на тему [...] напишите в виде ответа на вопрос «Что нужно сделать?», какие задачи необходимо решить.

Для успешной разработки маркетинговой стратегии организации ООО ТД «Даду-Даду» необходимо решить следующие задачи:

1. Обобщить и проанализировать теоретические аспекты маркетинговых стратегий предприятия:
 - Изучить сущность маркетинговой стратегии в управлении предприятием.
 - Определить различные виды маркетинговых стратегий и их роль в управлении предприятием.
 - Изучить методологию и этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия.
2. Проанализировать маркетинговую стратегию предприятия ООО ТД «Даду-Даду»:
 - Представить организационно-экономическую характеристику объекта исследования.
 - Провести анализ маркетинговой деятельности предприятия ООО ТД «Даду-Даду».
 - Идентифицировать проблемы маркетинга в организации.
3. Обосновать и разработать мероприятия по совершенствованию маркетинговой стратегии исследуемого предприятия:
 - Обосновать необходимость изменения текущей маркетинговой стратегии.
 - Разработать новую маркетинговую стратегию, учитывая особенности ООО ТД «Даду-Даду».
 - Оценить экономическую эффективность разработанной маркетинговой стратегии.

В результате выполнения данных задач будет разработана эффективная и адаптированная маркетинговая стратегия для ООО ТД «Даду-Даду», что позволит организации улучшить свою маркетинговую деятельность и достичь более высоких результатов в бизнесе.

[Потрачено токенов: 2251]

19:42

Еще варианты

Шаг за шагом

Продолжить

Перевести [RU]

Озвучить [RU]

ТХТ файл

Рисунок 66 – Выявление задач и их декомпозиция с помощью GPT

Пример GPT-ответа – Отредактирован

Для успешной разработки маркетинговой стратегии организации ООО ТД «Даду-Даду» необходимо решить следующие задачи:

1. Обобщить и проанализировать теоретические аспекты маркетинговых стратегий предприятия:

– Изучить сущность маркетинговой стратегии в управлении предприятием.

– Определить различные виды маркетинговых стратегий и их роль в управлении предприятием.

– Изучить методологию и этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия.

2. Проанализировать маркетинговую стратегию предприятия ООО ТД «Даду-Даду»:

– Представить организационно-экономическую характеристику объекта исследования.

– Провести анализ маркетинговой деятельности предприятия ООО ТД «Даду-Даду».

– Идентифицировать проблемы маркетинга в организа-

ции.

3. Обосновать и разработать мероприятия по совершенствованию маркетинговой стратегии исследуемого предприятия:

- Обосновать необходимость изменения текущей маркетинговой стратегии.*
- Разработать новую маркетинговую стратегию, учитывая особенности ООО ТД «Даду-Даду».*
- Оценить экономическую эффективность разработанной маркетинговой стратегии.*

В результате выполнения данных задач будет разработана эффективная и адаптированная маркетинговая стратегия для ООО ТД «Даду-Даду», что позволит организации улучшить свою маркетинговую деятельность и достичь более высоких результатов в бизнесе.

Пример GPT-промпта 19

Согласно цели и темы работы необходимо решить следующие задачи:

Для успешной разработки маркетинговой стратегии организации ООО ТД «Даду-Даду» необходимо решить следующие задачи:

- Проанализировать и обобщить теоретические аспекты маркетинговых стратегий предприятия.
- Проанализировать маркетинговую стратегию предприятия ООО ТД «Даду-Даду.
- Разработать и обосновать эффективность совершенствования маркетинговой стратегии ООО ТД «Даду-Даду».

Пример написания элемента введения, посвященного теоретической основе, промпт 20.

Пример GPT-промпта 20

Используя список литературы [ваш список литературы], выпиши всех авторов и расположи фамилии друг за другом, через запятую, по образцу [И. И. Иванов, П. М. Петров и т.д.], расположи их в алфавитном порядке, по фамилиям

Пример GPT-промпта 21

На основании темы работы [тема вашей работы], а также плана [план вашей работы] выявите теоретическую и практическую значимость исследования

Структуру работы описать достаточно просто, здесь даже не стоит прибегать к помощи GPT, для описания структуры используем типовую формулировку и план работы, в котором, для наглядности, все разделы и пункты мы выделили

прописными буквами.

Работа состоит из введения, основной части, заключения, списка литературы, приложений.

В первой главе работы обобщены ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ, внимание уделено выявлению СУЩНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ, рассмотрены ВИДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ И выявлена ИХ РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ, обоснована МЕТОДОЛОГИЯ И ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Во второй главе работы осуществлен АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО ТД «ДАДУ-ДАДУ», представлена ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЪЕКТА ИССЛЕДОВАНИЯ, осуществлен АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО ТД «ДАДУ-ДАДУ», проведена ИДЕНТИФИКАЦИЯ ПРОБЛЕМ МАРКЕТИНГА В ОРГАНИЗАЦИИ.

Третья глава работы посвящена РАЗРАБОТКЕ МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ИССЛЕДУЕМОГО ПРЕДПРИЯТИЯ, проведено ОБОСНОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОБЪЕКТА ИССЛЕДОВАНИЯ, осуществлена ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВ-

НОСТИ РАЗРАБОТАННОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ.

Как видно из примера, структура работы пишется достаточно просто, путем добавления нескольких слов в план работы.

3.5. Основная часть: первая глава

Основная часть исследовательской работы состоит из теоретической, аналитической и практической глав (по три-четыре параграфа в каждой).

Первая глава посвящена исследованию теоретических вопросов. В ней раскрывается природа и сущность явления, согласно теме и предмета исследования.

В первой главе исследования рекомендуется затрагивать спорные вопросы и не ограничиваться простым, реферативным изложением существующих тенденций и взглядов. Необходимо творчески осмыслить теоретический материал и обосновать свою позицию необходимыми аргументами. Первая глава должна служить основой для разработки практических вопросов в последующих главах. Важно изучать литературу в определенном порядке: от общего к частному, от работ общего характера к тем, которые посвящены более узким вопросам, а затем переходить к узкоспециализированным темам.

Особое внимание следует уделить правильному оформлению ссылок в тексте работы. Автор обязан указывать в ссылках не только цитаты, но и любые заимствования из законодательных и нормативных актов, специальной литературы или положений в статистических сборниках и справочниках, цифровых материалов. Наличие ссылок наглядно свидетель-

ствуем о научной добросовестности, и академической честности автора. В соответствии с действующими стандартами оформления внутритекстового цитирования может осуществляться путем указания в квадратных скобках порядкового номера, согласно нумерованного списка литературы и номер страницы библиографического материала. Цитаты в основной части работы следует выделять кавычками, а источник указывать в квадратных скобках с номером страницы после запятой, например [32, С. 14].

В списке использованной литературы источники с полными названиями и авторами опубликованных работ следует перечислять с указанием порядковых номеров. Такой порядок ссылок позволяет избежать повторения названий ссылок в основной части работы. Для того, чтобы не сбивать библиографические внутритекстовые ссылки рекомендуется ссылки проставлять используя средства Word: Ссылки – Перекрёстная ссылка – Нумерованный список, рис. 67. Курсор ставится перед запятой, записи в квадратных скобках, открывается меню перекрестных ссылок, курсором выделяется источник, нажимается кнопка вставить. Такой подход позволяет пересчитывать ссылки автоматически при вставке в список литературы нового источника, что заметно экономит время автора.

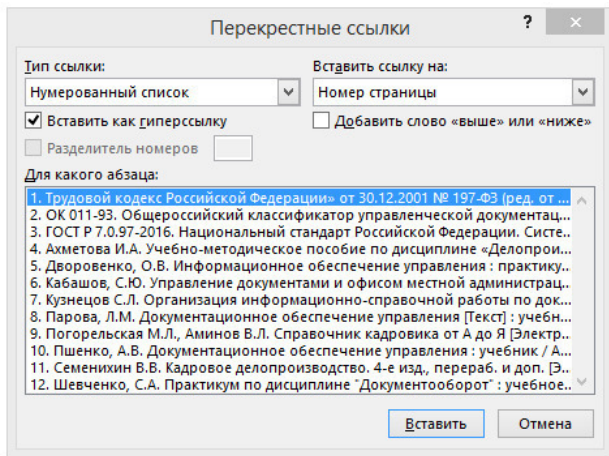


Рисунок 67 – Меню перекрестных ссылок

Рассмотрим на примерах, как пишется теоретическое исследование.

1) Первое, что можно сделать, написать расширенны обзор диссертационных работ по теме исследования, используя выборку с РГБ или опираясь на черновой список литературы, промпт 22.

Пример GPT-промпта 22

На основании библиографического списка [ваш список литературы] сгруппируйте, согласно сходства тем и напиши-

те обобщающую статью о характере исследований по теме [тема вашей работы, без объекта исследования], указывайте ФИО автора, начните со слов, проблема [маркетинговых стратегий] не нова, основные проблемы освещает ряд диссертационных исследований, так например...

Пример GPT-ответа

Проблема разработки маркетинговой стратегии организации не нова, она активно исследуется и освещена рядом диссертационных исследований:

Р. Е. Шепелев в диссертационной работе: «Использование патентной информации для повышения конкурентоспособности предприятий нефтегазового комплекса» исследует возможности использования патентной информации в разработке маркетинговой стратегии, что сказывается на повышении конкурентоспособности предприятий нефтегазового комплекса. Р. Е. Шепелев, предложил методику анализа патентной информации, обосновал эффективность ее применение в разработке маркетинговых стратегий.

...

Таким образом, рассмотренные диссертационные исследования позволяют увидеть различные аспекты и многооб-

разие исследовательского интереса к маркетинговым стратегиям организации и предлагают методики и инструменты для ее эффективной реализации. Эти работы могут быть полезными для практиков и исследователей, занимающихся данной тематикой.

2) Анализ точек зрения различных авторов. Существует два подхода, первый собрать в отдельный файл точки зрения и определения различных авторов, второй найти необходимый материал, где имеются данные определения, в текстовой или табличной форме и загрузить ссылку в GPT, рис. 68 и 69 и начать диалог с контентом страницы, промпт 23.

Библиографическое описание:

Баталова, О. С. Содержание понятия «маркетинговая стратегия» / О. С. Баталова. — Текст : непосредственный // Проблемы современной экономики : материалы I Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2011 г.). — Челябинск : Два комсомольца, 2011. — С. 103-106. — URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/12/1222/> (дата обращения: 30.07.2023).

Одним из основных инструментов стратегического управления развитием организаций, предприятий, вузов выступает маркетинговая стратегия. В последнее время российские и зарубежные ученые в области маркетинга все чаще в своих работах стали уделять внимание рассмотрению вопроса, касающегося определения сущности маркетинговой стратегии.

Маркетинговая стратегия является предметом научных исследований, начиная с 1980-х годов. Существует множество определений данного понятия в литературе посвященной маркетингу, которые отражают различные точки зрения.

Исследуя литературу, мы столкнулись с тем, что исследователи используют два терминальных сочетания: «маркетинговая стратегия» и «стратегия маркетинга» и пришли к выводу, что стоит согласиться с Е.П. Голубковым, который утверждает, что «маркетинговая стратегия – это то же, что стратегия маркетинга» [6, с. 104].

Профессор Э.А. Уткин считает, что стратегия маркетинга – это «составная часть всего стратегического управления предприятием, это план его деловой активности». Ее основная задача заключается в поддержании и развитии процесса производства, интеллектуального потенциала сотрудников фирмы, в повышении ассортимента и качества производимых товаров, в освоении новых рынков, увеличении сбыта и, в конечном счете, в повышении эффективности деятельности [17, с. 72].

Ряд авторов трактует понятие «маркетинговая стратегия» как комплекс взаимосвязанных мероприятий, с помощью

Рисунок 68 – Интернет-текст, взятый за основу

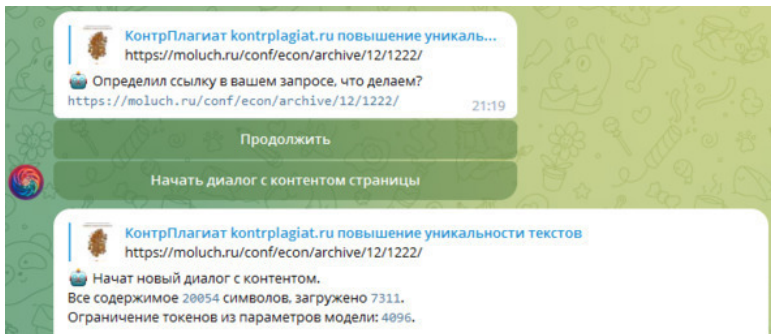


Рисунок 69 – Начало диалога с контентом страницы

Пример GPT-промпта 23

Напишите статью с подробным анализом сущности и содержания понятия «маркетинговая стратегия» в интерпретации известных авторов, для этого, проанализируйте материал, сгруппируйте определения авторов, указав ФИО автора и его точку зрения



Напишите статью с подробным анализом сущности и содержания понятия «маркетинговая стратегия» в интерпретации известных авторов, для этого, проанализируйте материал, сгруппируйте определения авторов, указав ФИО автора и его точку зрения

21:20 ✓

КонтрПлагиаТ kontrplagiat.ru повышение уникальности т...

Напишите статью с подробным анализом сущности и содер...

Содержание понятия «маркетинговая стратегия» в интерпретации известных авторов

Маркетинговая стратегия является одним из основных инструментов стратегического управления развитием организаций, предприятий, вузов. В последнее время российские и зарубежные ученые все чаще уделяют внимание рассмотрению вопроса, касающегося определения сущности маркетинговой стратегии.

При анализе литературы мы сталкиваемся с различными точками зрения на данное понятие. Одни исследователи используют терминальное сочетание «маркетинговая стратегия», другие — «стратегия маркетинга». Однако, согласно Е.П. Голубкову, можно считать, что эти термины имеют одинаковое значение и являются взаимозаменяемыми [6, с. 104].

Э.А. Уткин считает, что стратегия маркетинга является составной частью всего стратегического управления предприятием и представляет собой план его деловой активности. Она направлена на поддержание и развитие процесса производства, интеллектуального потенциала сотрудников фирмы, повышение ассортимента и качества производимых товаров, освоение новых рынков, увеличение сбыта и повышение эффективности деятельности [17, с. 72].

Рисунок 70 – Продолжение диалога с контентом страницы

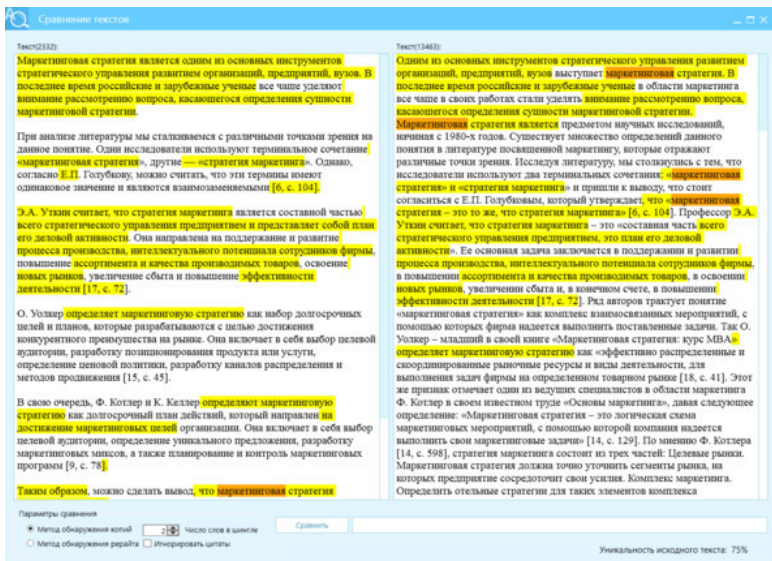


Рисунок 71 – Пример ответа GPT (левое окно), текст источника (правое окно), отличие, оригинальность текста GPT – 75%

Аналогично, в режиме диалога с контентом страницы делаются другие запросы, промт 24, рис. 70.

Пример GPT-промта 24

На основании данных обобщите общие составляющие маркетинговой стратегии

Пример GPT-ответа

Однако, несмотря на разнообразие определений, можно выделить несколько общих составляющих маркетинговой стратегии:

1. Анализ ситуации на рынке, включает изучение конкурентной среды, анализ потребностей и предпочтений потребителей, оценку сильных и слабых сторон компании, а также идентификацию возможностей и угроз.

2. Определение целей и задач, компания должна определить, что она хочет достичь и какие задачи необходимо решить для этого. Цели и задачи должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, релевантными и ограниченными по времени (SMART-подход).

3. Выбор целевой аудитории, субъект предпринимательства должен определить, кому он будет предлагать свои товары или услуги. Это помогает сосредоточить ресурсы на наиболее перспективных сегментах рынка и разработать соответствующие маркетинговые программы.

4. Разработка маркетинговых миксов, которые включают продукт, цену, распределение и продвижение. Компания

должна определить, какие продукты или услуги она будет предлагать, какие цены будет устанавливать, какими каналами распределения будет пользоваться и как будет продвигать свои товары или услуги на рынке.

5. Оценка эффективности и корректировка стратегии, организация должна постоянно отслеживать результаты своих маркетинговых действий, анализировать их эффективность и вносить корректировки в стратегию при необходимости.

Таким образом, маркетинговая стратегия является основой для разработки маркетинговых планов и программ, которые помогают компании достичь своих целей и обеспечить конкурентное преимущество на рынке. Она позволяет определить, каким образом компания будет использовать свои ресурсы и возможности для удовлетворения потребностей потребителей и достижения успеха.

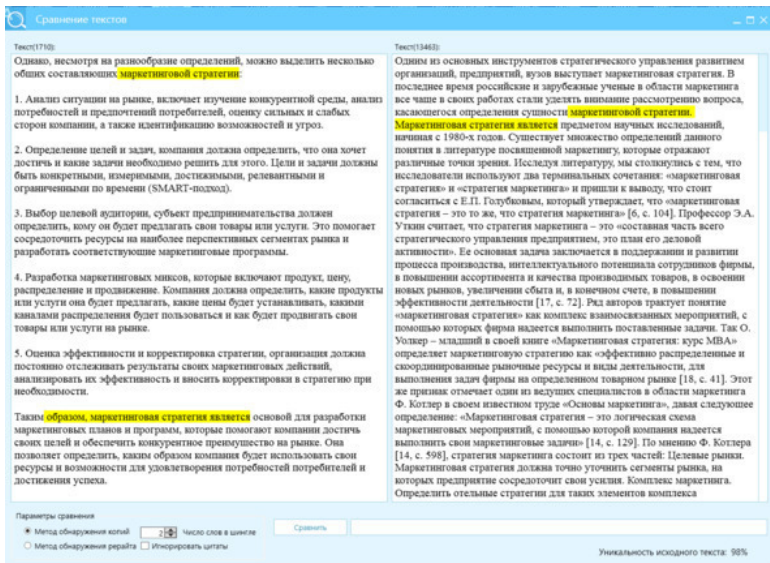


Рисунок 72 – Пример ответа GPT (левое окно), текст источника (правое окно), отличие, оригинальность текста GPT – 98%

Как видно из ответа GPT текст имеет высокую оригинальность, его отличие от текстов, которые генерируются на основе примитивных запросов (примитивный запрос похож на тот, что задается поисковой системе: «составляющих маркетинговой стратегии») в том, что он не содержит циклических повторений ключевого запроса и лишен генеративной фейковости.

Имея обучающий контекст, можно задавать различные запросы, рис. 73 и 74:

Напишите текст, что такое маркетинговая стратегия и как её разработать, приведите пояснения.

Напишите текст, из каких элементов состоит маркетинговая стратегия, сколько у неё этапов разработки, и каких ошибок избежать на этом пути, приведите пояснения.

Напишите текст, какие существуют виды маркетинговых стратегий, поясните каждый вид.

Напишите текст, приведите примеры стратегий маркетинга, поясните каждый пример.


Напишите текст, представьте структуру и элементы стратегии маркетинга, приведите пояснения.


Напишите текст, опишите уровни маркетинговых стратегий, приведите пояснения.

Напишите текст, изложите этапы разработки маркетинговой стратегии, приведите пояснения.

Напишите текст, обобщите возможные ошибки, возникающие при разработке маркетинговой стратегии, приведите пояснения.

Напишите текст, дайте совет начинающим стратегам, разрабатывающим маркетинговую стратегию, приведите пояснения.

 Начат новый диалог. 21:52

 **Маркетинговые стратегии.docx**
31.9 KB 21:52 ✓

КонтрПлагиаТ kontrplagiat.ru повышение уникальности текстов
Маркетинговые стратегии.docx

Получил документ:
Маркетинговые стратегии.docx
Объем текста
Символов: 18522
Токенов: 8848

Текст:
Маркетинговая стратегия – это главный документ, на основе которого компания планирует продвижение и продажи товаров и услуг.

Без маркетинговой стратегия на тестирование не связанных между собой гипотез для разных каналов продвижения уйдёт много ресурсов. Будет трудно найти причины текущих показателей...


Начать диалог с фалом - загрузить содержимое документа в контекст диалога, размер загружаемого содержимого берется в токенах из Парметров модели.

Выберете действие: 21:52

Начать диалог с документом

КонтрПлагиаТ kontrplagiat.ru повышение уникальности т...
Маркетинговые стратегии.docx

Начат новый диалог с документом.
Из документа загружено 7137 символов.
Ограничение токенов из параметров модели: 4096.
Введите текстовый запрос или отправьте голосовое сообщение. 21:53

 Напишите текст, из каких элементов состоит маркетинговая стратегия, сколько у неё этапов разработки, и каких ошибок избежать на этом пути, приведите пояснения. 21:53 ✓

КонтрПлагиаТ kontrplagiat.ru повышение уникальности т...
Напишите текст, из каких элементов состоит маркетинговая ...

Маркетинговая стратегия состоит из нескольких ключевых элементов, которые помогают компании определить свои цели и пути их достижения. Основными элементами маркетинговой стратегии являются:

Рисунок 73 – Начало диалога с документом

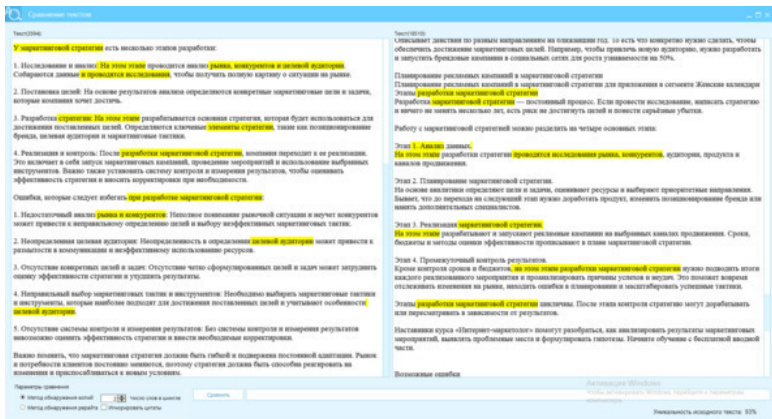


Рисунок 74 – Пример ответа GPT (левое окно), текст источника (правое окно), отличие, оригинальность текста GPT – 93%

В примере использован GPT-3.5, который содержит ограничения, поэтому из документа загружено 7137 символов, что снижает объем контекста. От данной проблемы свободна версия GPT-3.5-turbo 16 k, рис. 75.

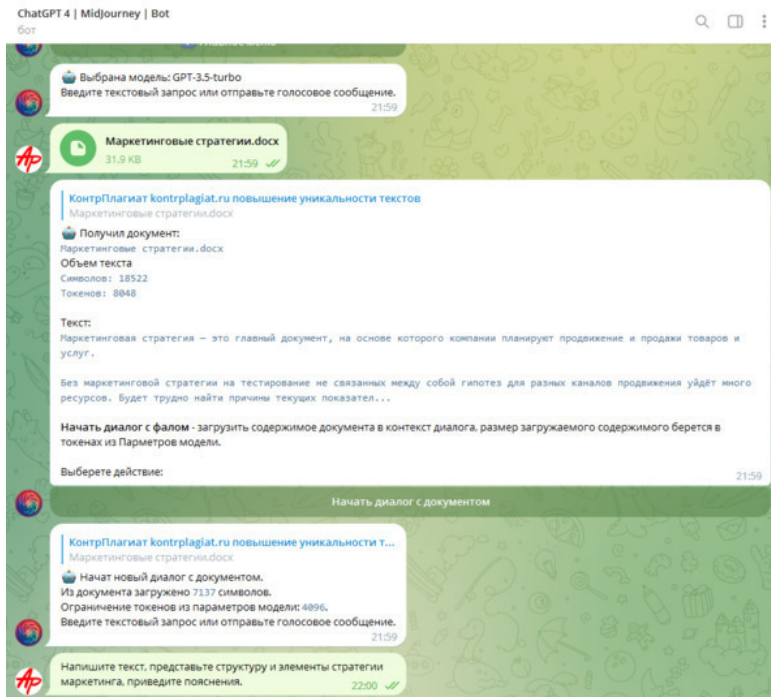


Рисунок 75 – GPT-3.5-turbo 16к, получен полный объем текста – 18 522 знака

Итак, мы рассмотрели, как писать промпты для GPT, главное правило – не заставляя ИИ что-то придумывать, в каждом запросе должен быть установочный контекст, который дает GPT нужную информацию.

3.6. Основная часть: вторая глава

Вторая глава носит аналитический характер и выявляет, на основании анализа, содержание круга проблем. Опираясь на теоретический, материал (знание) в ней дается краткая характеристика объекта исследования, осуществляется анализ результатов деятельности, явления или процесса. Это помогает выявить проблемы, которые выступают резервами роста. Анализ вскрывает не только причины сложившейся ситуации, на основании выявленных проблем, помогает сформулировать меры, пути их решения.

Вторая глава, в своем исследовании, следует от общего к частному, дается общая характеристика объекта исследования, рассматриваются показатели характеризующие вопрос темы, выявляется круг проблем оказывающих отрицательное влияние, все это позволяет сформулировать уникальные предложения, решение которых позволит улучшить ситуацию.

Рассмотрим на примерах, как с помощью GPT и команд-инструкций, промптов, осуществить необходимые исследовательские действия.

Характеристика объекта исследований

Задавая в любой поисковой системе запрос «Карточка

предприятия, название вашего предприятия» вы получите многочисленные выдачи, рис. 76, которые описывают искомую организацию, рис. 77—79. Имея информацию: краткая характеристика организации, основные уставные и регистрационные данные, виды деятельности, основные экономические показатели, сведения о доходах и расходах, финансовые показатели баланса, за несколько периодов, которые вы можете загрузить в Excel, рис. 80, вы не только обладаете необходимой информацией, но и можете осуществить полную характеристику предприятия, опираясь на открытые, официальные источники. Несомненной преференцией вашего анализа будет его высокая уникальность.

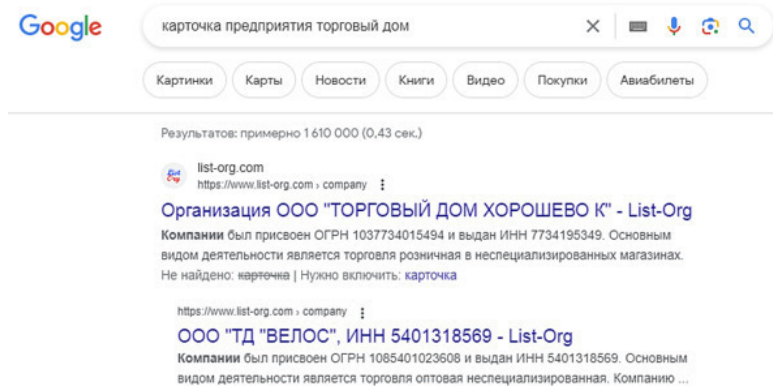


Рисунок 76 – Интерфейс Google

Общий справочник
Дерево связей
На карте
Отчетность

★ Добавить в избранное
□ Добавить описание для себя

✕ Показать

Полное юридическое наименование:	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ТОРГОВЫЙ ДОМ ХОРОШЕВО К"
Руководитель:	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ПОЛЯКОВ РУСЛАН ТИМУРОВИЧ
ИНН / КПП:	7734195349 / 773401001
Уставной капитал:	20 тыс.₽
Численность персонала:	7
Количество учредителей:	1
Дата регистрации:	09.06.2003
Статус:	Действующее

Состоит в реестре субъектов малого и среднего предпринимательства: с 01.08.2016 как микропредприятие

Специальные налоговые режимы: упрощенная система налогообложения (УСН)

Рисунок 77 – Карточка предприятия

Виды деятельности:

Основной (по коду ОКВЭД ред.2): 47.1 - Торговля розничная в неспециализированных магазинах

Найти похожие предприятия - в той же отрасли и регионе (с тем же ОКВЭД и ОКАТО)

Дополнительные виды деятельности по ОКВЭД:

46.4	Торговля оптовая непродовольственными потребительскими товарами
47.51.2	Торговля розничная галантерейными изделиями в специализированных магазинах
47.7	Торговля розничная прочими товарами в специализированных магазинах
47.72	Торговля розничная обувью и изделиями из кожи в специализированных магазинах
47.78	Торговля розничная прочая в специализированных магазинах
47.78.9	Торговля розничная непродовольственными товарами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах
47.9	Торговля розничная вне магазинов, палаток, рынков
82.92	Деятельность по упаковке товаров

Учредители:

Наименование	ИНН	Доля	Сумма
ПОЛЯКОВ РУСЛАН ТИМУРОВИЧ	773401197233	100%	20 тыс.₽
...показать исторические данные...			

Рисунок 78 – Виды деятельности предприятия

Сведения о доходах и расходах по данным ФНС от 26.07.2023 по ИНН 7734195349:

Год	Доходы	Расходы	Доходы - Расходы
2022	42 272 000 р	36 747 000 р	5 525 000 р

Сведения об уплаченных суммах налогов и сборов по данным ФНС от 02.12.2022 по ИНН 7734195349:

Год	Наименование	Сумма
2021	Налог на прибыль	0 р
2021	Налог на имущество организаций	0 р
2021	Страховые взносы на обязательное медицинское страхование работающего населения, зачисляемые в бюджет Федерального фонда обязательного медицинского страхования	270 255 р
2021	Страховые и другие взносы на обязательное пенсионное страхование, зачисляемые в Пенсионный фонд Российской Федерации	664 578 р
2021	Налог на добавленную стоимость	0 р
2021	Страховые взносы на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством	29 007 р
2021	Налог, взимаемый в связи с применением упрощенной системы налогообложения	273 608 р
2021	Транспортный налог	14 560 р
2021	Торговый сбор	92 550 р
2021	Задолженность и перерасчеты по ОТМЕНЕННЫМ НАЛОГАМ и сборам и иным обязательным платежам (кроме ЕСН, страх. Взносов)	0 р

Рисунок 79 – Сведения о уплаченных налогах

№	A	B	C	D	E	F	G
22							
23	Финансовая (бухгалтерская) отчетность						
24	Показатель	Код	Ед.изм.	2 019	2 020	2 021	2022
25	Нематериальные активы	Ф1.1110	тыс. руб.	0	0	0	0
26	Результаты исследований и разработок	Ф1.1120	тыс. руб.	0	0	0	0
27	Нематериальные поисковые активы	Ф1.1130	тыс. руб.	0	0	0	0
28	Материальные поисковые активы	Ф1.1140	тыс. руб.	0	0	0	0
29	Основные средства	Ф1.1150	тыс. руб.	13 016	11 678	20 073	19156
30	Доходные вложения в материальные ценности	Ф1.1160	тыс. руб.	0	0	0	0
31	Финансовые вложения	Ф1.1170	тыс. руб.	0	0	0	0
32	Отложенные налоговые активы	Ф1.1180	тыс. руб.	0	0	0	0
33	Прочие внеоборотные активы	Ф1.1190	тыс. руб.	0	0	0	0
34	Итого по разделу I - Внеоборотные активы	Ф1.1100	тыс. руб.	0	0	0	0
35	Запасы	Ф1.1210	тыс. руб.	5 080	6 366	13 787	11089
36	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	Ф1.1220	тыс. руб.	0	0	0	0
37	Дебиторская задолженность	Ф1.1230	тыс. руб.	2 098	192	199	0
38	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	Ф1.1240	тыс. руб.	0	0	0	0
39	Денежные средства и денежные эквиваленты	Ф1.1250	тыс. руб.	469	1 009	746	929
40	Прочие оборотные активы	Ф1.1260	тыс. руб.	0	0	0	0
41	Итого по разделу II - Оборотные активы	Ф1.1200	тыс. руб.	0	0	0	0
42	БАЛАНС (актив)	Ф1.1600	тыс. руб.	20 663	19 245	34 806	31174
43	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады)	Ф1.1310	тыс. руб.	0	0	0	0
44	Собственные акции, выкупленные у акционеров	Ф1.1320	тыс. руб.	0	0	0	0
45	Переоценка внеоборотных активов	Ф1.1340	тыс. руб.	0	0	0	0
46	Добавочный капитал (без переоценки)	Ф1.1350	тыс. руб.	0	0	0	0
47	Резервный капитал	Ф1.1360	тыс. руб.	0	0	0	0
48	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	Ф1.1370	тыс. руб.	0	0	0	0
49	Итого по разделу III - Капитал и резервы	Ф1.1300	тыс. руб.	14 881	17 132	29 532	30056
50	Заемные средства	Ф1.1410	тыс. руб.	0	0	4 000	0
51	Отложенные налоговые обязательства	Ф1.1420	тыс. руб.	0	0	0	0
52	Оценочные обязательства	Ф1.1430	тыс. руб.	0	0	0	0
53	Прочие обязательства	Ф1.1450	тыс. руб.	0	0	0	0

Рисунок 80 – Бухгалтерская отчетность предприятия

Обратимся к алгоритмам запросов:

- Четко сформулируйте задачу и порядок ее выполнения.
- Обеспечьте контекст, который имеет однозначное толкование.

- Укажите, в какой форме должен быть представлен GPT-ответ.

Пример GPT-промпта 25

Осуществите характеристику предприятия [

Полное юридическое наименование: ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ТОРГОВЫЙ ДОМ ДАДУ-ДАДУ»

Руководитель: ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ПОЛЯКОВ РУСЛАН ТИМУРОВИЧ

ИНН / КПП: 7734195349 / 773401001

Уставной капитал: 20 тыс.

Численность персонала: 7

Количество учредителей: 1

Дата регистрации: 09.06.2003

Статус: Действующее

Состоит в реестре субъектов малого и среднего предпринимательства: с 01.08.2016 как микропредприятие

Специальные налоговые режимы: упрощенная система налогообложения (УСН)

] ответ предоставьте в виде связанного текста, объемом 2000 знаков

Пример GPT-ответа

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ТОРГОВЫЙ ДОМ ДАДУ-ДАДУ» является успешной компанией, зарегистрированной в России, в форме ООО. Предприятие имеет полное и краткое юридическое наименование ТД «Даду-Даду», зарегистрировано в реестре юридических лиц 9 июня 2003 года.

Руководителем компании является генеральный директор Поляков Руслан Тимурович.

Особенностью ТД «Даду-Даду» является то, что оно выступает в качестве микропредприятия, о чем свидетельствует запись в реестре от 1 августа 2016 года, общество состоит в реестре субъектов малого и среднего предпринимательства. Это позволяет предприятию воспользоваться специальными налоговыми режимами, в частности, упрощенной системой налогообложения (УСН).

Отличие микропредприятия от малого предприятия

в том, что средняя численность работников малого предприятия за предшествующий год не должна превышать 100 человек. Микропредприятием характеризует средняя численность работников, которая не превышает 15 человек (ст. 4, п. 1.1.1.1 (2) Федерального закона №209-ФЗ от 24.07.2007). Таким образом, ТД «Даду-Даду» характеризуют два критерия микропредприятия – годовой доход до 120 млн рублей и среднесписочная численность сотрудников до 15 человек.

Уставный капитал компании составляет 20 тыс. рублей, а численность персонала составляет 7 человек. Компания имеет одного учредителя, в лице Р. Т. Полякова.

ТД «ДАДУ-ДАДУ» является действующим предприятием, что свидетельствует о его стабильности и успешной деятельности. Компания занимается торговлей и, характеризуется особенностями функционирования на рынке.

Таким образом, ТД «ДАДУ-ДАДУ» является успешным предприятием, организованным в форме ООО, которое использует специальные налоговые режимы и имеет статус микропредприятия. Благодаря стабильной деятельности на рынке и хорошему руководству, компания не только функционирует, но и развивается, занимая свою нишу на рынке.

Пример GPT-промпта 26

Осуществите характеристику предприятия [

Контактная информация:

Индекс: 123423

Адрес: Г МОСКВА, УЛ НАРОДНОГО ОПОЛЧЕНИЯ, Д

24,..

GPS координаты: 55.779811859,37.481456757

Юридический адрес: 123154, Г. МОСКВА, УЛ., ГЕНЕРА-

ЛА ГЛАГОЛЕВА, Д. 6, К. 1

Телефон: +7 (495) 946-88-88

E-mail:

Сайт:

Реквизиты компании:

ИНН: 7734195349

КПП: 773401001

ОКПО: 18789732

ОГРН: 1037734015494

ОКФС: 16 – Частная собственность

ОКОГУ: 4210014 – Организации, учрежденные юридиче-

скими лицами или гражданами, или юридическими лицами

и гражданами совместно

ОКОПФ: 12300 – Общества с ограниченной ответствен-

ностью

ОКТМО: 45371000000

ОКАТО: 45283582 – Хорошево-Мневники, Северо-Западный, Город Москва

Предприятия рядом: ФГУП «СУ №110 ПРИ СПЕЦСТРОЕ РОССИИ», ООО «ВОЛНА», ООО «ЦЕНТР УЧЕТА И АВТОМАТИЗАЦИИ», ООО «ИНФОРУМ»

] ответ предоставьте в виде связанного текста, объемом 2000 знаков

Пример GPT-ответа

Общество расположено в г. Москве, имеет контактную информацию, которая позволяет легко связаться с руководством. Адрес компании: 123423, г. Москва, ул. Народно-Ополчения, д. 24. Юридический адрес компании: 123154, г. Москва, ул. Генерала Глаголева, д. 6, к. 1.

Для связи с предприятием можно использовать контактные данные: телефон +7 (495) 946-88-88. Информация о электронной почте и официальном сайте компании отсутствует в свободном доступе и в регистрационном реестре.

Компания имеет следующие регистрационные реквизиты: ИНН 7734195349, КПП 773401001, ОКПО 18789732, ОГРН 1037734015494. Коды ОКФС и ОКОГУ указывают на то, что предприятие относится к категории «Частная собственность» и является организацией, учрежденной юридическими лицами или гражданами, или юридическими

лицами и гражданами совместно. ОКОПФ указывает на то, что компания относится к категории «Общества с ограниченной ответственностью». Коды ОКТМО и ОКАТО указывают на местоположение компании в районе Хорошево-Мневники, Северо-Западный, г. Москва.

Поблизости от данного предприятия находятся следующие компании: ФГУП «СУ №110 ПРИ СПЕЦСТРОЕ РОССИИ», ООО «ВОЛНА», ООО «ЦЕНТР УЧЕТА И АВТОМАТИЗАЦИИ» и ООО «ИНФОРУМ».

Как видно, исследуемое предприятие предоставляет свои контактные данные и реквизиты, что позволяет легко связаться с ним.

Пример GPT-промпта 27

Осуществите характеристику предприятия [

Виды деятельности ТД «ДАДУ-ДАДУ» :

Основной (по коду ОКВЭД ред.2): 47.1 – Торговля розничная в неспециализированных магазинах

Похожие предприятия – в той же отрасли и регионе (с тем же ОКВЭД и ОКАТО):

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«БРИЛЛАНТИ»**

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«ВИКАВИ»**

ИНН/КПП: 7734560721/773401001

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«ВОЛШЕБНАЯ РЫБКА»**

ИНН/КПП: 7734176219/773401001

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«ГЕРМЕС»**

ИНН/КПП: 5614048821/773401001

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«ДИАЛОГ-XXI ВЕК»**

ИНН/КПП: 7734549478/773401001

**Дополнительные виды деятельности ТД «ДАДУ-ДАДУ»
по ОКВЭД:**

**46.4 Торговля оптовая непродовольственными потреби-
ТЕЛЬСКИМИ товарами**

**47.51.2 Торговля розничная галантерейными изделиями
в специализированных магазинах**

**47.7 Торговля розничная прочими товарами в специализи-
РОВАННЫХ магазинах**

**47.72 Торговля розничная обувью и изделиями из кожи
в специализированных магазинах**

**47.78 Торговля розничная прочая в специализированных
магазинах**

**47.78.9 Торговля розничная непродовольственными това-
рами, не включенными в другие группировки, в специализиро-
ванных магазинах**

47.9 Торговля розничная вне магазинов, палаток, рынков

82.92 Деятельность по упаковыванию товаров

] ответ предоставьте в виде связанного текста, объемом 2000 знаков

Пример GPT-ответа

ТД «Даду-Даду» осуществляет основную деятельность в сфере розничной торговли в неспециализированных магазинах, что соответствует коду ОКВЭД 47.1. Компания имеет конкурентов, несколько предприятий, осуществляющих похожую деятельность в той же отрасли и регионе. Конкуренты осуществляют розничную и оптовую торговлю, и имеют схожие с ТД «Даду-Даду» ОКВЭД и ОКАТО.

Прямые конкуренты исследуемого предприятия ООО «Бриллианты», ООО «Викави», ООО «Волшебная рыбка», ООО «Гермес» и ООО «Диалог-XXI век», основной вид их деятельности, розничная торговля в неспециализированных магазинах, о чем свидетельствуют схожие ИНН/КПП.

Кроме основной деятельности, ТД «Даду-Даду» также осуществляет дополнительные виды уставной деятельности, которые указаны по кодам ОКВЭД. В числе дополнительных видов деятельности компании: торговля оптовая непродовольственными потребительскими товарами, торговля розничная галантерейными изделиями в специализированных магазинах, торговля розничная прочими товарами

в специализированных магазинах, торговля розничная обувью и изделиями из кожи в специализированных магазинах, торговля розничная прочая в специализированных магазинах, торговля розничная непродовольственными товарами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах, а также торговля розничная вне магазинов, палаток, рынков.

Кроме торговли, ТД «Даду-Даду» также занимается деятельностью по упаковыванию товаров.

Таким образом, анализ показал, что ТД «Даду-Даду» является компанией, специализирующейся на розничной торговле в неспециализированных магазинах. Компания имеет несколько конкурентов в данной отрасли и регионе. Кроме основной деятельности, компания также занимается дополнительными видами торговли и упаковыванием товаров.

Пример GPT-промпта 28

Осуществите характеристику предприятия [

Регистрация в Пенсионном фонде Российской Федерации:

Регистрационный номер: 087906018445

Дата регистрации: 18.03.1999

Наименование органа ПФР: Отделение Фонда пенсионного и социального страхования Российской Федерации по г. Москве и Московской области

ГРН внесения в ЕГРЮЛ записи: 6077746975971

Дата внесения в ЕГРЮЛ записи: 26.02.2007

Регистрация в Фонде социального страхования Российской Федерации:

Регистрационный номер: 770500253777011

Дата регистрации: 05.12.2017

Наименование органа ФСС: Отделение Фонда пенсионного и социального страхования Российской Федерации по г. Москве и Московской области

ГРН внесения в ЕГРЮЛ записи: 7187746278010

Дата внесения в ЕГРЮЛ записи: 30.01.2018

Сведения о доходах и расходах по данным ФНС от 26.07.2023 по ИНН 7734195349:

Год Доходы Расходы Доходы – Расходы

2022 42 272 000 36 747 000 5 525 000

] ответ предоставьте в виде связанного текста, объемом 2000 знаков

Пример GPT-ответа

ТД «Даду-Даду» выступает в качестве плательщика налогов, согласно действующего законодательства Российской Федерации, зарегистрировано в Пенсионном фонде Российской Федерации под номером 087906018445, 18 марта 1999 года, а также в Отделении Фонда пенсионного и социального страхования Российской Федерации по г. Москве

и Московской области. Внесение записи в ЕГРЮЛ состоялось 26 февраля 2007 года, а ГРН внесения в ЕГРЮЛ зафиксировано записью 6077746975971.

Исследуемое предприятие зарегистрировано в Фонде социального страхования Российской Федерации под номером 770500253777011. Регистрация в ФСС осуществлена 5 декабря 2017 года в Отделении Фонда пенсионного и социального страхования Российской Федерации по г. Москве и Московской области. ГРН внесения в ЕГРЮЛ запись 7187746278010, дата внесения в ЕГРЮЛ записи – 30 января 2018 года.

Согласно данным ФНС от 26 июля 2023 года по ИНН 7734195349, предприятие отчитывается о доходах и расходах. В 2022 году доходы составили 42 272 000 рублей, а расходы – 36 747 000 рублей, что дало положительную разницу в 5 525 000 рублей.

Как видно из анализа, предприятие имеет длительный опыт работы, зарегистрировано в Пенсионном фонде и Фонде социального страхования Российской Федерации, а также имеет положительные финансовые показатели. Эти факторы свидетельствуют о надежности и стабильности данного предприятия.

Пример GPT-промпта 29

Осуществите экономическую характеристику предприятия ТД «Дадудаду» [

Сведения об уплаченных суммах налогов и сборов по данным ФНС от 02.12.2022 по ИНН 7734195349:

Год	Наименование	Сумма
-----	--------------	-------

2021	Налог на прибыль	0
------	------------------	---

2021	Налог на имущество организаций	0
------	--------------------------------	---

2021	Страховые взносы на обязательное медицинское страхование работающего населения, зачисляемые в бюджет Федерального фонда обязательного медицинского страхования	270 255
------	--	---------

2021	Страховые и другие взносы на обязательное пенсионное страхование, зачисляемые в Пенсионный фонд Российской Федерации	664 578
------	--	---------

2021	Налог на добавленную стоимость	0
------	--------------------------------	---

2021	Страховые взносы на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством	29 007
------	---	--------

2021	Налог, взимаемый в связи с применением упрощенной системы налогообложения	273 608
------	---	---------

2021	Транспортный налог	14 560
------	--------------------	--------

2021	Торговый сбор	92 550
------	---------------	--------

2021	Задолженность и перерасчеты по ОТМЕНЕННЫМ НАЛОГАМ и сборам и иным обязательным платежам (кро-	
------	---	--

ме ЕСН, страх. Взносов) 0

Суммы недоимки и задолженности по пеням и штрафам по данным ФНС от 02.12.2022 по ИНН 7734195349:

Год Наименование Недоимка Пени Штраф Всего

2021 Страхование взносов на обязательное медицинское страхование работающего населения, зачисляемые в бюджет Федерального фонда обязательного медицинского страхования 0 0 0 0

2021 Страхование и другие взносы на обязательное пенсионное страхование, зачисляемые в Пенсионный фонд Российской Федерации 0 156 0 156

2021 Налог, взимаемый в связи с применением упрощенной системы налогообложения 0 12 0 12

] ответ предоставьте в виде связанного текста, объемом 2000 знаков

Пример GPT-ответа

Проанализируем сведения о доходах и расходах по данным ФНС от 26.07.2023 по ИНН 7734195349.

ТД «Даду-Даду» в 2021 году уплатило следующие суммы налогов и сборов в соответствии с данными ФНС РФ. Налог на прибыль и налог на имущество организаций не оплачивались в указанном году. Однако, предприятие внесло в бюджет Федерального фонда обязательного медицинского страхования сумму в размере 270 255 рублей в качестве

страховых взносов на обязательное медицинское страхование работающего населения. Также, в Пенсионный фонд Российской Федерации было уплачено 664 578 рублей в виде страховых и других взносов на обязательное пенсионное страхование.

Налог на добавленную стоимость не оплачивался. Предприятие внесло в бюджет сумму в размере 29 007 рублей в качестве страховых взносов на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством. Исследуемым Обществом, был уплачен налог, взимаемый в связи с применением упрощенной системы налогообложения, в размере 273 608 рублей. Транспортный налог составил 14 560 рублей, а торговый сбор – 92 550 рублей. Задолженности и перерасчеты по отмененным налогам и сборам и иным обязательным платежам в отчетности ФНС РФ не были зафиксированы.

Относительно сумм недоимки и задолженности по пеням и штрафам, предприятие не имело недоимки по страховым взносам на обязательное медицинское страхование работающего населения, страховым и другим взносам на обязательное пенсионное страхование и налогу, взимаемому в связи с применением упрощенной системы налогообложения. В отчетности ФНС РФ зафиксирована небольшая сумма пени в размере 156 рублей по страховым взносам на обяза-

тельное пенсионное страхование и 12 рублей по налогу, взимаемому в связи с применением упрощенной системы налогообложения.

Таким образом, экономическая характеристика предприятия ТД «Дадю-Дадю» в части налогов показывает, что оно добросовестно участвует в уплате налогов и сборов, соблюдая требования ФНС РФ. Наличие задолженностей и перерасчетов по отмененным налогам и сборам не отражает злостных нарушений со стороны предприятия. В целом, данное предприятие проявляет финансовую дисциплину и соблюдает законодательство в сфере налогообложения.

Для расчета показателей финансовой (бухгалтерской) отчетности ООО необходимо скачать справку в Excel, ее можно скопировать в Word, убрав лишние периоды, показатели которых не будут анализироваться. Далее, файл необходимо загрузить в GPT, начать диалог с документом, рис. 81 и ввести запрос, промпт 30.

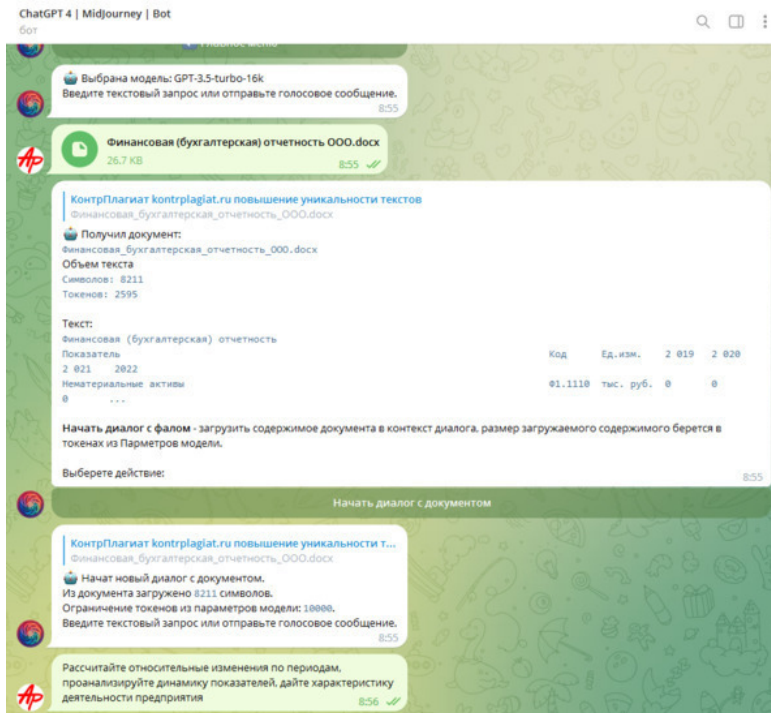


Рисунок 81 – Интерфейс начала диалога с документом

Пример GPT-промпта 30

Рассчитайте относительные изменения по периодам, проанализируйте динамику показателей, дайте характеристику деятельности предприятия

Пример GPT-ответа

Для расчета относительных изменений по периодам вычислим процентное отклонение каждого показателя относительно предыдущего года.

Относительные изменения по периодам для каждого показателя отчетности ТД «Даду-Даду»:

- Нематериальные активы: нет изменений (0%).*
- Основные средства: увеличение на 64% в 2021 году, уменьшение на 4% в 2022 году.*
- Запасы: увеличение на 152% в 2020 году, уменьшение на 20% в 2021 году, уменьшение на 20% в 2022 году.*
- Дебиторская задолженность: уменьшение на 91% в 2020 году, увеличение на 4% в 2021 году, уменьшение на 100% в 2022 году.*
- Денежные средства и денежные эквиваленты: увеличение на 115% в 2020 году, уменьшение на 26% в 2021 году, увеличение на 25% в 2022 году.*
- Уставный капитал: нет изменений (0%).*
- Собственные акции, выкупленные у акционеров: нет изменений (0%).*
- Нераспределенная прибыль: нет изменений (0%).*
- Заемные средства: увеличение на 100% в 2022 году.*

– Кредиторская задолженность: уменьшение на 63% в 2020 году, уменьшение на 40% в 2021 году, уменьшение на 12% в 2022 году.

– Выручка: увеличение на 15% в 2020 году, увеличение на 11% в 2021 году, увеличение на 13% в 2022 году.

– Себестоимость продаж: увеличение на 8% в 2020 году, уменьшение на 11% в 2021 году, увеличение на 53% в 2022 году.

– Чистая прибыль: увеличение на 42% в 2020 году, увеличение на 157% в 2021 году, уменьшение на 63% в 2022 году.

Анализируя динамику показателей ТД «Дяду-Дяду», можно сделать следующие выводы:

– Основные средства в 2021 году значительно выросли, что указывает на инвестиции в развитие предприятия. Однако в 2022 году произошло небольшое снижение, что связано с завершением инвестиционных проектов.

– Запасы сначала значительно увеличились в 2020 году, а затем сократились в 2021 и 2022 годах. Это указывает на изменения в стратегии управления запасами и оптимизацию производственных процессов.

– Дебиторская задолженность сначала снижалась в 2020 году, затем немного увеличилась в 2021 году, а в 2022 году полностью сократилась. Это свидетельствует о более эффективном управлении дебиторской задол-

женностью и снижении рисков неплатежей.

– Денежные средства и денежные эквиваленты значительно увеличились в 2020 году, затем сократились в 2021 году, а в 2022 году снова выросли. Это связано с изменениями в политике управления ликвидностью и инвестиционными решениями ТД «Даду-Даду».

– Выручка исследуемого предприятия постоянно увеличивается, что свидетельствует о росте объемов продаж и успешной деятельности предприятия.

– Себестоимость продаж увеличилась в 2020 году, затем снизилась в 2021 году, а в 2022 году снова выросла. Это связано с изменениями в структуре затрат и ценовой политике.

– Чистая прибыль увеличилась в 2020 и 2021 годах, но затем снизилась в 2022 году. Данная динамика связана с различными факторами, такими как изменение рыночной конъюнктуры, увеличение расходов или изменение налогового законодательства.

Как показал анализ относительных показателей финансовой отчетности, предприятие демонстрирует положительную динамику в различных показателях, таких как выручка и чистая прибыль. Однако некоторые показатели, такие как себестоимость продаж и долгосрочные обязательства, требуют внимания и анализа для определения причин изменений и принятия соответствующих мер.

Пример GPT-промпта 31 – Написание вывода по итогам характеристики предприятия

Напишите статью, объемом 2000 знаков, характеризующую деятельность предприятия, обобщите и представьте в виде маркированного списка недостатки в деятельности (слабые стороны), а также достоинства (сильные стороны)

Как видно из приведенной методологии технология скоростного написания исследования, с применением возможностей GPT, может успешно применяться при осуществлении характеристики и анализе деятельности предприятия, ниже рассмотрим особенности проведения маркетингового анализа.

Анализ маркетинговой деятельности предприятия ООО ТД «Даду-Даду»

Описательная часть исследования подготавливается в соответствии с методикой, представленной выше. Рассмотрим, как осуществляются специфические анализы.

АВС-анализ

Пример GPT-промпта 32

Изложите и поясните методику применения ABC-анализа, применяемую для исследования результатов деятельности ООО ТД «Даду-Даду», предприятия, осуществляющего розничную и оптовую торговлю непродовольственными потребительскими товарами, укажите на особенности анализа

Пример GPT-ответа

ABC-анализ является методом классификации товаров или клиентов по степени их значимости для бизнеса. Для анализа деятельности ООО ТД «Даду-Даду», методику ABC-анализа применим для цели исследования результатов деятельности предприятия и определения наиболее важных товаров, которые приносят наибольшую долю выручки или прибыли.

Основные этапы применения ABC-анализа:

- 1. Сбор данных: необходимо собрать информацию о выручке, себестоимости и прибыли от продажи каждого товара за определенный период времени.*
- 2. Расчет стоимости: для каждого товара рассчиты-*

вается его доля в общей стоимости продаж. Это может быть выручка, себестоимость или прибыль.

3. Сортировка: товары сортируются по убыванию их стоимости. В результате получается ранжированный список товаров.

4. Группировка: товары разделяются на три группы – А, В и С – в зависимости от их значимости. Группа А включает наиболее значимые товары, которые приносят наибольшую долю выручки или прибыли. Группа В включает товары со средней значимостью, а группа С – наименее значимые товары.

5. Анализ: проводится анализ каждой группы товаров. Для товаров группы А необходимо обеспечить высокий уровень обслуживания и контроль за их наличием на складе. Товары группы В требуют меньшего внимания, но все же нуждаются в достаточном уровне обслуживания. Товары группы С могут быть менее приоритетными и требовать минимального уровня обслуживания.

Особенности анализа:

– АВС-анализ позволяет сосредоточить внимание на наиболее значимых товарах, что помогает оптимизировать

управление запасами, снизить риски и повысить эффективность операций.

– Методика ABC-анализа может быть применена не только к товарам, но и к клиентам, поставщикам или другим аспектам бизнеса.

– Важно учитывать, что классификация товаров может меняться со временем, поэтому регулярное обновление анализа является необходимым.

– ABC-анализ не является единственным инструментом для принятия решений, и его результаты должны рассматриваться в контексте других факторов и аспектов бизнеса.



Применение ABC-анализа позволяет предприятию ТД «Даду-Даду» сосредоточить свои ресурсы и усилия на наиболее значимых товарах, что поможет повысить эффективность деятельности и достичь более высоких финансовых результатов.

Порядок действий следующий, оставляем таблицу 1, сохраняем ее в файле Word, загружаем файл в GPT и вступаем в диалог с файлом, рис. 82, промпт 33.

Таблица 1 – ABC-анализ по объемам реализации

продукции

Товары	Объём за три последних месяца 2023 г., ед.	Цена единицы товара, руб.
Телевизор	240000	20000
Смартфон	190000	25000
Ноутбук	150000	34000
Планшет	125000	22000
Кофемашина	110000	5000
Пылесос	100000	3000
Микроволновая печь	80000	10000
Холодильник	46000	50000
Стиральная машина	32000	48000
Кондиционер	6500	78000
Утюг	1500	6000
Фен	1000	4000
Электрическая зубная щетка	900	4000
Электрическая бритва	800	6000

 Начать новый диалог. 9:33  ABC-анализ по объемам ...лизации продукции.docx
22.4 KB 9:33 ✓[КонтрПлагиагт kontrplagiat.ru](#) повышение уникальности текстов[ABC_анализ_по_объёмам_реализации_продукции.docx](#) Получил документ:[ABC_анализ_по_объёмам_реализации_продукции.docx](#)

Объем текста

Символов: 1233

Токенов: 263



Текст:

Товары	Объем за три последних месяца 2023 г., ед.	Цена единицы товара, руб.
Телевизор	240000	20000
Смартфон	190000	...

Начать диалог с фалом - загрузить содержимое документа в контекст диалога, размер загружаемого содержимого берется в токенах из Парметров модели.

Выберете действие:

9:33


 Начать диалог с документом[КонтрПлагиагт kontrplagiat.ru](#) повышение уникальности т...[ABC_анализ_по_объёмам_реализации_продукции.docx](#) Начат новый диалог с документом.

Из документа загружено 1233 символов.

Ограничение токенов из параметров модели: 4096.

Введите текстовый запрос или отправьте голосовое сообщение.

9:33

 осуществите ABC анализ, подробно изложите и объясните
выводы, представьте и обоснуйте рекомендации

9:33 ✓

Пример GPT-промпта 33

Осуществите ABC анализ, подробно изложите и объясните выводы, представьте и обоснуйте рекомендации

Пример GPT-ответа

Для проведения ABC анализа необходимо рассчитать долю каждого товара от общего объема продаж за последние три месяца. Затем товары сортируются по убыванию доли и разделяются на три категории: А, В и С.

Выводы:

Категория А:

- Товары с наибольшей долей продаж.*
- В данном случае в категорию А входят телевизоры, смартфоны и ноутбуки.*
- Эти товары составляют примерно 60% от общего объема продаж.*
- Категория А является наиболее значимой с точки зрения продаж и приносит основной доход.*

Категория В:

– Товары с умеренной долей продаж.

– В данном случае в категорию В входят планшеты, кофемашины и пылесосы.

– Эти товары составляют примерно 30% от общего объема продаж.

– Категория В имеет среднюю значимость с точки зрения продаж и приносит умеренный доход.

Категория С:

– Товары с наименьшей долей продаж.

– В данном случае в категорию С входят микроволновые печи, холодильники, стиральные машины, кондиционеры, утюги, фены, электрические зубные щетки и электрические бритвы.

– Эти товары составляют примерно 10% от общего объема продаж.

– Категория С имеет наименьшую значимость с точки зрения продаж и приносит наименьший доход.

Рекомендации ТД «Даду-Даду»:

1. Сосредоточить основные усилия на товарах из категории А, таких как телевизоры, смартфоны и ноутбуки. Это наиболее важные товары с точки зрения продаж и приносят основной доход. Необходимо работать над расширени-

ем ассортимента и продвижением на рынке.

2. Категория В также имеет значимость, поэтому необходимо поддерживать и развивать продажи планшетов, кофемашин и пылесосов. Рекомендуется рассмотреть возможность проведения маркетинговых акций, предложения скидок или бонусов для привлечения большего числа клиентов.

3. Категория С, хотя и имеет наименьшую значимость с точки зрения продаж, все же необходима для цели обеспечения полного ассортимента товаров. Как показал анализ, не стоит вкладывать слишком много ресурсов в развитие этой категории. Эффективней сосредоточиться на тех товарах, которые имеют потенциал для увеличения спроса, например, холодильники и стиральные машины.

4. Необходимо систематически анализировать и отслеживать изменение в спросе на товары, чтобы своевременно реагировать на изменения рыночной ситуации и корректировать стратегию продаж. По нашему мнению, ABC анализ является эффективным инструментом для определения приоритетов и планирования ресурсов, чтобы максимизировать прибыль и эффективность работы.

Анализ клиентов и потребителей можно осуществлять

на основании типового портрета потребителя бытовых товаров, промпт 34.

Пример GPT-промпта 34

Осуществите анализ клиентов и потребителей опираясь на типовые характеристики потребителей розницы и опта, согласно видам деятельности компании [

Торговля оптовая непродовольственными потребительскими товарами

Торговля розничная галантерейными изделиями в специализированных магазинах

Торговля розничная прочими товарами в специализированных магазинах

Торговля розничная обувью и изделиями из кожи в специализированных магазинах

Торговля розничная прочая в специализированных магазинах

Торговля розничная непродовольственными товарами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах

*Торговля розничная вне магазинов, палаток, рынков
], используйте данные [Интернет-данные характеризующие типовой портрет потребителей]*

Пример Интернет-данных:

Олег, 27 лет.

Место проживания: Санкт-Петербург.

Семейное положение, количество детей: не женат.

Сфера занятости и уровень зарплаты: малый бизнес, 170 тысяч рублей.

Должность, связанные с ней проблемы: руководитель собственной компании по производству бюджетной мебели.

Потребности, желания, фобии: для переговоров с поставщиками и клиентами Олегу необходимо иметь статусный смартфон. Соответственно, он рассматривает только флагманы ведущих торговых марок. Готов приобретать дорогие аксессуары из натуральных материалов: кожи, полудрагоценных камней.

Пример GPT-ответа

Анализ клиентов и потребителей основывается на типовых характеристиках потребителей розницы и опта, например, на данных о покупателях дорогих смартфонов.

Клиенты оптовой торговли непродовольственными потребительскими товарами, являются представителями различных компаний, которые закупают товары для дальнейшей реализации. Они могут быть оптовыми покупателями для последующей перепродажи, а также иметь собственные магазины или торговые точки, быть предста-

вителями крупных организаций, которые закупают товары для внутреннего использования. В данном случае, с учетом сферы занятости Олега, можно предположить, что он может быть потенциальным клиентом оптовой торговли непродовольственными товарами, так как его компания занимается производством мебели.

Потребители розничной торговли галантерейными изделиями, обувью и изделиями из кожи, прочими товарами, а также непродовольственными товарами, не включенными в другие группировки, могут быть представителями различных социальных групп и возрастных категорий. В данном случае, Олег является потенциальным потребителем розничной торговли галантерейными изделиями, так как он проявляет интерес к дорогим аксессуарам из натуральных материалов.

Клиенты розничной торговли вне магазинов, палаток, рынков могут быть представлены разнообразными группами потребителей, включая тех, кто предпочитает покупки через интернет или заказывает товары на дом. В данном случае, данные о покупателе дорогих смартфонов не содержат информации о предпочтениях относительно способа покупки товаров, поэтому нельзя сделать однозначные выводы о его принадлежности к данной группе потребителей.

Анализируя данные о покупателе дорогих смартфонов, можно сделать вывод, что Олег – молодой, успешный предприниматель, который ценит статус и качество. Он имеет высокий уровень зарплаты и готов приобретать дорогие товары, такие как флагманы ведущих торговых марок смартфонов и аксессуары из натуральных материалов. Олегу важно иметь статусный смартфон для переговоров с поставщиками и клиентами.

Таким образом, компании, занимающиеся торговлей оптовыми непродовольственными товарами, розничной торговлей галантерейными изделиями, обувью и изделиями из кожи, а также прочими непродовольственными товарами, могут быть сориентированы на клиентов, имеющих собирательный образ Олега. Они должны предлагать ему качественные и статусные товары, соответствующие его потребностям и желаниям.

Пример GPT-промпта 35

Изложите стратегию ценообразования в [название предприятия] к основным видам деятельности которой относится [виды деятельности], ответы аргументируйте и обоснуйте

Пример GPT-ответа

Оптовые клиенты более чувствительны к ценам, чем клиенты, покупающие в меньших количествах. Клиенты, которые покупают часто, более чувствительны к скидкам и накопительным бонусным программам, чем другие клиенты.

В этой связи, ТД «Дадү-Дадү» реализует специальную ценовую политику и предлагает скидки постоянным клиентам, закупающим товары оптом, а также разрабатывает бонусные программы для различных групп товаров.

Компания использует дифференцированный подход к ценообразованию, при котором один и тот же товар продается по разным ценам. Основой стратегии дифференцированного ценообразования является неоднородность оптовых потребителей, что позволяет компании продавать один и тот же товар по разным ценам, например исходя из объема продаж.

Компания применяет стратегию снижения издержек, целью которой является достижение конкурентного лидерства на рынке за счет более низких цен. Речь идет не о низких ценах как таковых, а о снижении расходной части – издержек.

Данная стратегия включает в себя: поиск предложений, которые обеспечивают высокое качество и имеют низкую цену. Снижение затрат на доставку и транспортировку продукции непосредственно к потребителю, снижение сто-

имости хранения и оптимизация логистики.

Данная стратегия предполагает поиск уникального товарного предложения, отличного от предлагаемого конкурентами, например содержащего отличное маркетинговое окружение, сервис, гарантию.

Пример GPT-промпта 36 – Выбор метода анализа

Приведите примеры методов анализа конкурентоспособности, применяемых для микропредприятия, осуществляющего оптовую продажу непродовольственных товаров

Пример GPT-ответа

Для анализа конкурентоспособности микропредприятия, осуществляющего оптовую продажу непродовольственных товаров, можно использовать следующие методы:

1. Анализ SWOT. Этот метод позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия, а также возможности и угрозы внешней среды. Анализ SWOT поможет определить конкурентные преимущества предприятия и потенциальные риски, а также разработать стратегию развития и план действий.

2. Анализ конкурентов. Необходимо провести исследование рынка и изучить деятельность конкурентов. Важно определить их преимущества, слабые стороны, ценообразование, ассортимент товаров, качество обслуживания и другие факторы, которые могут влиять на конкурентоспособность микропредприятия. Это позволит выделить уникальные особенности и предложения, которые помогут привлечь клиентов.

3. Анализ ценообразования. Необходимо изучить цены конкурентов и определить, какая стратегия ценообразования будет наиболее эффективной для микропредприятия. Это может быть стратегия низких цен, стратегия дифференциации или другие подходы. Важно также учесть себестоимость товаров, издержки предприятия и требования рынка.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.