

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное образовательное учреждение высшего
образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления

Кафедра коммерции и маркетинга факультета управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Анализ и прогнозирование товарных рынков

Образовательная программа

38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки
Маркетинг

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
очная

Статус дисциплины: вариативная

Махачкала, 2020 год

Рабочая программа дисциплины составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **38.03.02- Менеджмент** (уровень бакалавриата) от «12» января 2016г. № 7.

Разработчик: кафедра коммерции и маркетинга, Пайзуллаева З.К., к.э.н., доц.

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры коммерции и маркетинга от « 16 » 03 2020 г.,
протокол № 8

Зав. кафедрой  Умавов Ю.Д.
(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета управления от «19» 03
2020 г., протокол №7

Председатель  Гашимова Л.Г.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим
управлением « 23 » 03 2020 г. 

Содержание

| | |
|--|----|
| Аннотация рабочей программы дисциплины | 4 |
| 1. Цели освоения дисциплины | 4 |
| 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата | 4 |
| 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) | 5 |
| 4. Объем, структура и содержание дисциплины. | 6 |
| 4.1. Объем дисциплины | 6 |
| 4.2. Структура дисциплины..... | 6 |
| 4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)..... | 7 |
| 5. Образовательные технологии | 10 |
| 6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. | 10 |
| 7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. | 12 |
| 7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы..... | 12 |
| 7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания..... | 14 |
| 7.3. Типовые контрольные задания | 17 |
| 7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций..... | 29 |
| 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины..... | 31 |
| 9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины. | 32 |
| 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины. | 32 |
| 11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем. | 33 |
| 12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине..... | 33 |

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Анализ и прогнозирование товарных рынков» входит в вариативную часть и является дисциплиной по выбору образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга.

Содержание дисциплины рассматривает вопросы, связанные с анализом и прогнозирование рынков, разработкой маркетинговых стратегий для торговых предприятий.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных –ПК-15, ПК-8, ПК-3; общекультурных – ОК-3.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины __4__ зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 144ч.

| Семес тр | Учебные занятия | | | | | | Форма промежуточно й аттестации (зачет, дифференциро ванный зачет, экзамен |
|-------------|--|-----------------------------|-----------------------------|---------|------------------|-----------------------------------|--|
| | в том числе | | | | | | |
| | Контактная работа обучающихся с преподавателем | | | | | СРС, в том числе экзамен | |
| | Все го | из них | | | | | |
| Лекц ии | | Лаборатор ные занятия | Практиче ские занятия | КС Р | консульта ции | | |
| 4 | 144 | 34 | | 24 | | 50+36 | экзамен |

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Анализ и прогнозирование товарных рынков» является приобретение студентами навыков углубленного анализа и прогнозирования рынка конкретных организаций и продуктов; сформировать системное представление о теоретических основах, процедуре и методических приемах анализа и прогнозирования товарных рынков.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата. Дисциплина «Анализ и прогнозирование товарных рынков» входит в вариативную часть

образовательной программы бакалавриата 38.03.02 – Менеджмент и является дисциплиной по выбору. Дисциплина «Анализ и прогнозирование товарных рынков» базируется на следующих дисциплинах: логистика, поведение потребителей, управление продуктом, маркетинг.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

| Компетенции | Формулировка компетенции из ФГОС ВО | Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций) |
|-------------|--|--|
| ПК-15 | Умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании. | Знает: основные понятия и показатели, используемые в сфере анализа рынка Умеет: разработать проект исследования рынка Владеет: количественными и качественными методами сбора рыночной информации |
| ПК-8 | Владением навыками документального оформления решений в управлении операционной деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений. | Знает: принципы разработки и выполнения исследований рынка Умеет: организовать и провести анализ рынка Владеет: методами анализа рыночной информации |
| ОК-3 | Способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности. | Знает: методы анализа рынков Умеет: определять направления исследования товарного рынка Владеет: способностью прогнозировать процессы в сфере товарного рынка |
| ПК-3 | Владением навыков стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности. | Знает: методы прогнозирования рынка Умеет: применять результаты анализа и прогноза в принятии решений. Владеет: методами прогнозирования. |

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

4.2. Структура дисциплины .

Форма обучения: очная

| № п/п | Разделы и темы дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | | Самостоятельная работа | Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам) |
|--|--|---------|-----------------|--|----------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|---|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные занятия | Контроль самост. раб. | | |
| Модуль 1: Основы экономического прогнозирования рынков. | | | | | | | | | |
| | Тема 1.1. Сущность и классификация прогнозов товарного рынка | 4 | 1,2 | 4 | 4 | | | 6 | Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта |
| | Тема 1.2. Организация прогнозирования | 4 | 3,4 | 4 | 2 | | | 6 | Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий |
| | Тема 1.3. Анализ и прогнозирование социально-экономических показателей товарного рынка | 4 | 5 | 4 | 2 | | | 4 | Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа |
| | | | | | | | | | |
| | <i>Итого по модулю 1:</i> | 36 | | 12 | 8 | | | 16 | тестирование |
| Модуль 2: Определение емкости и конкурентоспособности товарных рынков | | | | | | | | | |
| | Тема 2.1. Определение и прогнозирование | 4 | 6,7 | 6 | 4 | | | 10 | Опрос, оценка выступлений, защита |

| | | | | | | | | |
|---|----|--------|----|---|--|--|----|--|
| емкости товарных рынков на основе изучения спроса и предложения. | | | | | | | | реферата · Проверка заданий. |
| Тема 2.2. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках. | 4 | 8 9 | 4 | 4 | | | 8 | Опрос, оценка выступлений, защита реферата · Проверка конспекта. |
| <i>Итого по модулю 2:</i> | 36 | | 10 | 8 | | | 18 | тестирование |
| Модуль 3: Методология исследования товарного рынка | | | | | | | | |
| Тема 3.1. Информация: понятие и свойства | 4 | | 4 | | | | 6 | |
| | 4 | | | | | | | |
| Тема 3.2. Оценка исследования конъюнктуры товарного рынка. | 4 | | 4 | | | | 6 | |
| Тема 3.3. Прогнозирование конъюнктуры товарного рынка. | | | 4 | | | | 4 | |
| <i>Итого по модулю 3:</i> | 36 | | 12 | 8 | | | 16 | |
| экзамен | 36 | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--------|--|-----|----|----|--|--|-------|--|
| Итого: | | 144 | 34 | 24 | | | 50+36 | |
|--------|--|-----|----|----|--|--|-------|--|

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) Содержание лекционных занятий по дисциплине.

Модуль 1. Основы экономического прогнозирования рынков.

Тема 1.1. Сущность и классификация прогнозов товарного рынка

Прогноз. Подготовка плана. Временные и пространственные горизонты прогноза. Разработка прогноза. Экономическое прогнозирование. Возможные варианты управленческих решений. Анализ социально-экономических процессов.

Тема 1.2. Организация прогнозирования товарного рынка.

Организация системы. Порядок и последовательность работы. Система привлекаемой информации. Внутривыночная система. Прогнозирование отдельной сферы деятельности, явлений, процесса развития, параметра или показателя. Прогностическое исследование.

Тема 1.3. Прогнозирование социально-экономических факторов.

Сценарные условия прогноза. Прогноз индексов-дефляторов. Формы прогнозов. Прогнозы сбыта и объемов производства предприятий отрасли, региона, страны. Прогноз спроса на товар.

Модуль 2. Определение емкости и конкурентоспособности товарных рынков.

Тема 2.1. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения.

Понятие емкости рынка. Потенциальная и реальная емкости рынка. Потенциал рынка: производственный потенциал и потребительский потенциал. Основные цели определения емкости рынка. Факторы, определяющие емкость товарного рынка: объем и структура товарного предложения; ассортимент и качество выпускаемых товаров; размеры импорта по данному товару или товарной группе

Тема 2.2. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках

Понятие конкуренции и конкурентного преимущества. Виды конкурентных преимуществ. Понятие конкурентоспособности. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу: размер рынка, темп роста рынка, мощности, барьеры для входа или выхода, цена, уровень стандартизации товаров, требования к

размерам необходимых капитальных вложений, вертикальная интеграция, эффект масштаба, скорость обновления ассортимента продукции.

Модуль 3. Методология исследования товарного рынка

Тема 3.1. Информация: понятие и свойства

Достоверность, актуальность, полнота информации. Затраты на получение и переработку информации. Общая цель рыночных исследований.

Комплексный подход к изучению конъюнктуры рынка. Коммерческая информация.

Тема 3.2. Оценка исследования конъюнктуры товарного рынка.

Анализ данных. Расчеты вероятных значений. Тематический обзор конъюнктуры рынка. Оперативная конъюнктурная информация. Прогноз соотношения товарного предложения и потребностей рынка в товарах.

Тема 3.3. Прогнозирование конъюнктуры товарного рынка.

Конъюнктура товарного рынка. Результаты анализа прогнозируемых показателей. Прогнозирование на макроэкономическом уровне.

Первоначальный прогноз. Виды прогнозирования конъюнктуры рынка.

Содержание практических занятий по дисциплине.

Модуль 1. Основы экономического прогнозирования рынков.

Тема 1.1. Сущность и классификация прогнозов товарного рынка

1. Прогноз.
2. Подготовка плана.
3. Временные и пространственные горизонты прогноза.
4. Разработка прогноза.
5. Экономическое прогнозирование.
6. Возможные варианты управленческих решений.
7. Анализ социально-экономических процессов.

Тема 1.2. Организация прогнозирования товарного рынка.

1. Организация системы.
2. Порядок и последовательность работы.
3. Система привлекаемой информации.
4. Внутрирыночная система.
5. Прогнозирование отдельной сферы деятельности, явлений, процесса развития, параметра или показателя.
6. Прогностическое исследование.

Тема 1.3. Прогнозирование социально-экономических факторов.

1. Сценарные условия прогноза.
2. Прогноз индексов-дефляторов. Формы прогнозов.
3. Прогнозы сбыта и объемов производства предприятий отрасли, региона, страны.
4. Прогноз спроса на товар.

Модуль 2. Определение емкости и конкурентоспособности товарных рынков.

Тема 2.1. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения.

1. Понятие емкости рынка.
2. Потенциальная и реальная емкости рынка.
3. Потенциал рынка: производственный потенциал и потребительский потенциал.
4. Основные цели определения емкости рынка.
5. Факторы, определяющие емкость товарного рынка: объем и структура товарного предложения; ассортимент и качество выпускаемых товаров; размеры импорта по данному товару или товарной группе

Тема 2.2. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках

1. Понятие конкуренции и конкурентного преимущества.
2. Виды конкурентных преимуществ.
3. Понятие конкурентоспособности.
4. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу: размер рынка, темп роста рынка, мощности, барьеры для входа или выхода, цена, уровень стандартизации товаров, требования к размерам необходимых капитальных вложений, вертикальная интеграция, эффект масштаба, скорость обновления ассортимента продукции.

Модуль 3. Методология исследования товарного рынка

Тема 3.1. Информация: понятие и свойства

1. Достоверность, актуальность, полнота информации.
2. Затраты на получение и переработку информации.
3. Общая цель рыночных исследований.
4. Комплексный подход к изучению конъюнктуры рынка.
5. Коммерческая информация.
6. **Тема 3.2.** Оценка исследования конъюнктуры товарного рынка.
7. Анализ данных.
8. Расчеты вероятных значений.
9. Тематический обзор конъюнктуры рынка.
10. Оперативная конъюнктурная информация.
11. Прогноз соотношения товарного предложения и потребностей рынка в товарах.

Тема 3.3. Прогнозирование конъюнктуры товарного рынка.

1. Конъюнктура товарного рынка.
2. Результаты анализа прогнозируемых показателей.
3. Прогнозирование на макроэкономическом уровне.
4. Первоначальный прогноз.

5. Виды прогнозирования конъюнктуры рынка.

5. Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс–метода (проблемно–ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта организации продаж отечественных и зарубежных компаний;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Возрастает значимость самостоятельной работы студентов в межсессионный период. Поэтому изучение курса «Анализ и прогнозирование товарных рынков» предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий.

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

| Наименование тем | Содержание самостоятельной работы | Форма контроля |
|--|--|---|
| Тема 1.1 Сущность и классификация прогнозов товарного рынка | Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. | Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта |
| Тема 1.2. Организация прогнозирования | Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач | Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий |
| Тема 1.3. Анализ и прогнозирование социально-экономических показателей товарного рынка | Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. | Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа |
| Тема 2.1 Определение и прогнозирование емкости товарных рынков на основе изучения спроса и предложения. | Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач. | Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий. |
| Тема 2.2 Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках. | Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов | Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий. |
| Тема 3.1. Информация: понятие и свойства | Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач и тестов. Конспектирование правил продажи товаров. | Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий. |
| Тема 3.2. Оценка исследования конъюнктуры товарного рынка. | Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач. | Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий. |
| Тема 3.3 Прогнозирование конъюнктуры товарного рынка. | Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач. | Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий. |

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по

дисциплине студент может представить шесть рефератов. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по повышению качества потребительских товаров, расширению ассортимента, совершенствованию контроля за качеством и т.д. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц.

Тематика рефератов:

1. Система показателей конъюнктуры рынка.
2. Конъюнктура мирового рынка и ее показатели.
3. Направления исследования рынка.
4. Маркетинговый анализ предприятия: сущность и методы.
5. Сущность и методы конкурентного анализа.
6. Оценка конкурентной среды.
7. Оценка конкурентоспособности предприятия.
8. Определение емкости рынка.
- 9 Экономические кризисы: причины, проявления, последствия и пути выхода.
10. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка
11. Процедура исследования конъюнктуры рынка.
12. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка.
13. Процедура исследования конъюнктуры рынка.
14. Современные технологии стратегического маркетингового анализа.
15. Современные методы оценки внешней среды предприятия.
16. Анализ тенденций развития факторов макровнешней среды предприятия.
17. Анализ тенденций развития рынка и его сегментов.
18. Анализ потребителей и потребительских предпочтений.
19. Анализ состояния и динамики конкурентной среды .
20. Проблемы оценки конкурентоспособности предприятия.
21. Анализ комплекса маркетинга.

22. Анализ оценка стратегического потенциала предприятия.

При оценке качества представленной студентом работы принимается во внимание следующее:

1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).
2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).
3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).
4. Количество и качество использованных источников литературы.
5. Оригинальность работы (осуществляется проверка в системе «Антиплагиат»).
6. Защита студентом представленной работы (студенты по желанию могут выступить с докладом на занятии).

Критерии оценки по 100-балльной шкале:

- 0-20 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет лишь частичное представление о теме, оригинальность работы очень низка (менее 20%);
- 30-50 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет определенное представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, но при этом допускает ошибки при формулировке самостоятельных выводов, оригинальность работы составляет 30%;
- 51-65 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что он имеет достаточное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, но допускает при этом ошибки, оригинальность работы составляет 35%;
- 66-85 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет хорошее представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, оригинальность работы составляет 40%;
- 86-100 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет отличное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, выступил с презентацией своей работы на занятии, оригинальность работы - выше 40%.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

| Код и наименование компетенция из ФГОС ВО | Планируемые результаты обучения | Процедура освоения |
|---|--|--|
| ПК-15 | Знает: основные понятия и показатели, используемые в сфере анализа рынка Умеет: разработать проект исследования рынка Владеет: количественными и качественными методами сбора рыночной информации | Устный опрос, написание рефератов, тестирование |
| ПК-8 | Знает: принципы разработки и выполнения исследований рынка Умеет: организовать и провести анализ рынка Владеет: методами анализа рыночной информации | Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование |
| ОК-3 | Знает: методы анализа рынков Умеет: определять направления исследования товарного рынка Владеет: способностью прогнозировать процессы в сфере товарного рынка | Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование |
| ПК-3 | Знает: методы анализа рынков; методы прогнозирования рынка Умеет: применять результаты анализа и прогноза в принятии решений. Владеет: методами прогнозирования. | Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование |

7.2. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Образец задания по модулю(пример)

Вариант 1

1. Охарактеризовать цель изучения конкурентов и выделить основные вопросы, на которые необходимо дать ответ при проведении исследования.
2. Какие источники информации о конкурентах (перечислить) могут быть использованы при проведении кабинетных исследований.
3. В чем сущность качественных методов исследования – «Дельфи-группа» и «Фокус-группа».
4. Перечислить правила составления анкеты.

Вариант 2

1. Охарактеризовать цель изучения рынка и перечислить основные показатели рыночной конъюнктуры.
2. Количественные методы исследования: перечислить, дать краткую характеристику, привести достоинства и недостатки каждого метода.
3. Перечислить внутренние и внешние источники при сборе вторичной информации.
4. Дать понятие емкости и насыщенности рынка.

Образец тестового задания по модулю(пример)

Вариант 1:

1. Преследует ли конъюнктурный анализ оперативные цели?
А) Да
Б) Нет
2. Состоит ли анализ рыночной ситуации в оценке и изучении скорости и направления развития рынка, в оценке и объяснении степени сбалансированности рынка, в характеристике устойчивости рынка, в изучении цикличности рынка?
А) Да
Б) Нет
3. Конъюнктурный обзор – это:
А) описание всех параметров рынка;
Б) комплексная оценка рыночной конъюнктуры;
В) проект оперативных маркетинговых мероприятий.
4. Масштаб рынка – это:
А) площадь, занимаемая торговыми предприятиями;
Б) число предприятий, выступающих на рынке;
В) единица измерения рыночных операций.
5. Стихийность рынка проявляется:
А) в колебаниях его параметров, чуткой реакции на любые воздействия;
Б) в непредсказуемости развития рынка, нереальности оценить его колебания;
В) в невозможности планирования рыночной деятельности.
6. Что лежит в основе емкости потребительского рынка?
А) производственный потенциал предприятий, производящих товары потребительского назначения;

- Б) численность, состав и потребности населения;
В) торговая инфраструктура (численность торговых предприятий).
6. Что такое моральный износ товаров?
А) товар, выработавший свой ресурс;
Б) отказ от использования товара в результате появления на рынке но-вого, более совершенного;
В) товар, от потребления которого отказываются по моральным при-чинам.
7. Насыщенность рынка товарами – это:
А) сверхнормативные товарные запасы в торговле;
Б) наличие товаров в магазинах и у населения.
8. В чем заключается существенная разница между оптовым и рознич-ным рынками?
А) на оптовом рынке в качестве покупателей выступают предприятия, а на розничном – население.
Б) на оптовом рынке цены ниже, чем на потребительском;
В) на оптовом рынке товары продаются крупными партиями, в то вре-мя как на розничном – в небольшом количестве.
9. Что такое товарное предложение?
А) объем производства фирмы за определенный период;
Б) количество товаров, поставленных на рынок, и количество товаров, которое может быть поставлено на него за определенный период;
В) коммерческий документ, содержащий предложения о поставке то-варов

Контрольные вопросы к экзамену для промежуточного контроля

1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и методы ее анализа
2. Этапы исследования конъюнктуры рынка
3. Система показателей конъюнктуры рынка
4. Характеристики и факторы конъюнктурного анализа. Рыночные индикаторы.
5. Постоянно действующие конъюнктурообразующие факторы.
6. Временные конъюнктурообразующие факторы.
7. Степень влияния конъюнктурообразующих факторов на состояние рыночной конъюнктуры.
8. Классификация товарных рынков. Рыночные структуры
9. Цели и направления исследования рынка.
10. Методы анализа рынка
11. Анализ масштаба и потенциала рынка.
12. Методы определения емкости рынка
13. Факторы, определяющие емкость товарного рынка
14. Методы разработки прогноза ёмкости рынка
15. Изучение конкурентов. Конкурентный анализ
16. Исследование цены и ценовой эластичности
17. Методы прогноза показателей конъюнктуры рынка
18. Основные политические факторы, влияющие на конъюнктуру рынка.

19. Конъюнктурообразующие факторы, связанные с циклическим развитием экономики.
20. Главные экономические показатели анализа и прогнозирования общехозяйственной конъюнктуры.
21. Этапы прогнозирования рыночной конъюнктуры
22. Содержание и специфические особенности этапов прогнозирования рыночной конъюнктуры.
23. Виды прогнозирования рыночной конъюнктуры
24. Основные методы прогнозирования конъюнктуры рынка: экстраполяция (аналитическое выравнивание временных рядов, скользящие средние, сглаживание статистических данных),
25. Основные методы прогнозирования конъюнктуры рынка: экспертные оценки (метод опроса, метод «Дельфи»),
26. Основные методы прогнозирования конъюнктуры рынка: экономико-математическое моделирование, балансовый метод.
27. Информация: понятие и свойства
28. Достоверность, актуальность, полнота информации.
29. Затраты на получение и переработку информации.
30. Общая цель рыночных исследований.
31. Комплексный подход к изучению конъюнктуры рынка.
32. Коммерческая информация.
33. Оценка исследования конъюнктуры товарного рынка.
34. Анализ данных. Расчеты вероятных значений. Тематический обзор конъюнктуры рынка.
35. Оперативная конъюнктурная информация.
36. Прогноз соотношения товарного предложения и потребностей рынка в товарах.
37. Прогнозирование конъюнктуры товарного рынка.
38. Конъюнктура товарного рынка.
39. Результаты анализа прогнозируемых показателей.
40. Прогнозирование на макроэкономическом уровне.
41. Первоначальный прогноз.
42. Виды прогнозирования конъюнктуры рынка.
43. Сущность и классификация прогнозов товарного рынка.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы. Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале.

Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов

«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

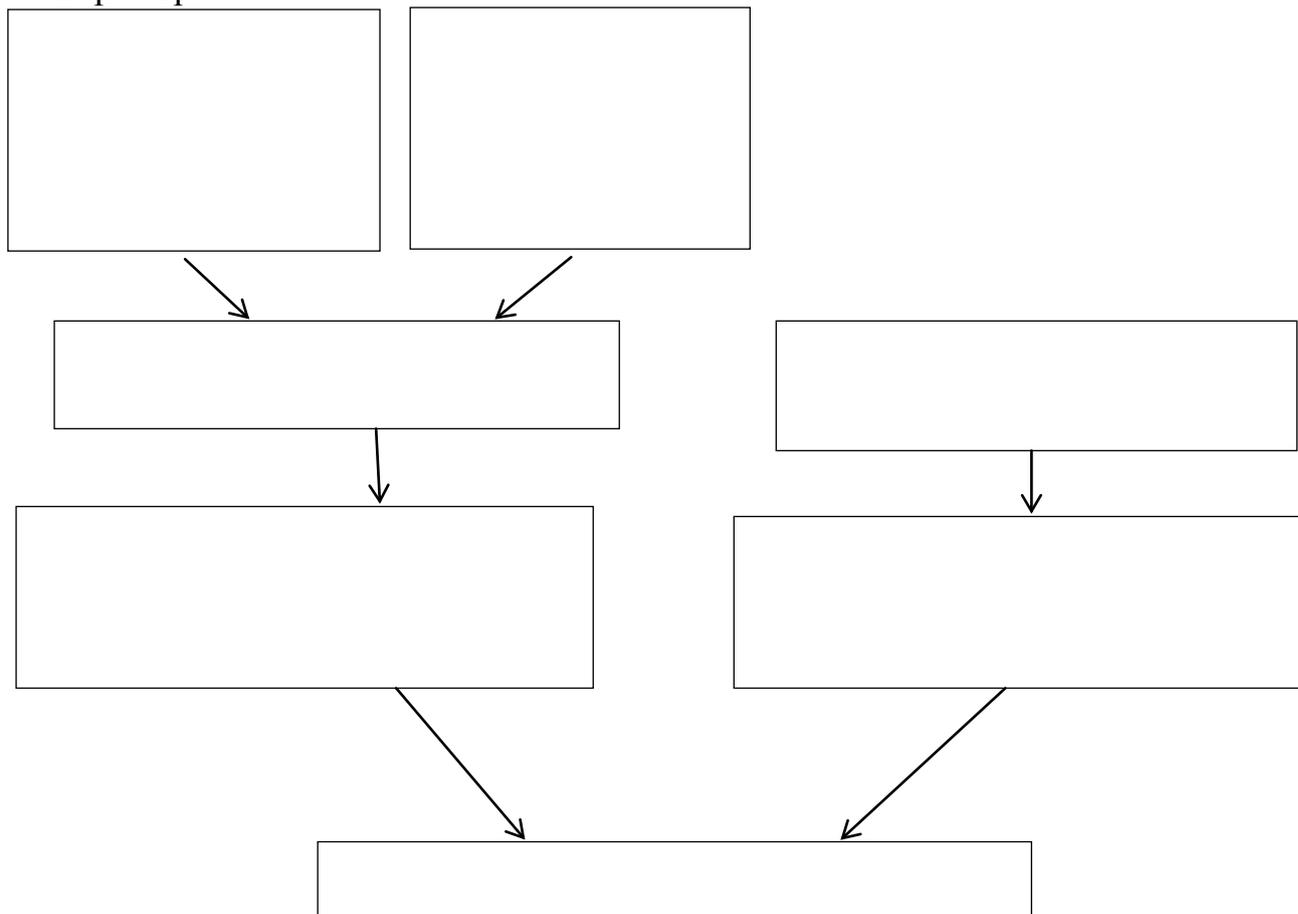
«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам

Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

| Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале | Оценка по 5-балльной шкале |
|---|----------------------------|
| 0-50 | Неудовлетворительно |
| 51-65 | Удовлетворительно |
| 66-85 | Хорошо |
| 86-100 | Отлично |

Например:



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. В. Поляков \ Прогнозирование мирового товарного рынка\
2. Изд: Экзамен, 2002 г. – 288с. \ ID товара: 41446 \ ISBN: 5-8212-0369-4 —
Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>
3. **Буров, А.С.** Конъюнктура мировых рынков товаров и услуг [Текст]: учеб. пособие для вузов / А.С. Буров; Учеб.-метод.об-ние по образованию. – М.: Экзамен, 2005. – 160 с. ; 20 см. – (Учебное пособие для вузов). – Библиогр.: с. 158. – ISBN 5-472-00197-8.
4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>

б)дополнительная литература:

1. **Вавилова, Е.В.** Международная торговля [Текст] : учеб. пособие для вузов / Е.В. Вавилова, Л.П. Бородулина ; Учеб.—метод. об-ние по образованию РФ. – М. : Гардарики, 2006. – 287 с. : ил. ; 21 см. –

(Homofaber). – Библиогр.: с. 281–283. - Прил.: с. 230–280. – ISBN 5-8297-0276-2 — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>

2. **Лысова, Н.А.** Управление ценами [Текст] : учеб. пособие / Н.А. Лысова, Л.Ф. Чернева ; Учеб.—метод. об-ние по образованию РФ, Фин.акад. при Правительстве РФ. – М. :Кнорус, 2006. – 200 с. : табл. ; 21 см. – Библиогр.: с. 196–197. - Глоссарий: с. 186–195. – ISBN 5-85971-207-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- 1) eLIBRARY.RU[Электронный ресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 - . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Яз. рус., англ.
- 2) Moodle[Электронный ресурс]: система виртуального обучением: [база данных] / Даг. гос. ун-т. - Махачкала, г. - Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. - URL: <http://moodle.dgu.ru/>.
- 3) Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. - Махачкала, 2010 - Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины «Анализ и прогнозирование товарных рынков» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу студентов в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты студентами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки студента к практическим занятиям.

Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Выполнение практических заданий способствует более глубокому изучению проблем, связанных с анализом и прогнозированием товарного рынка. К каждому занятию студенты должны изучить соответствующий теоретический материал по учебникам и конспектам лекций. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных студентами сообщений (10-15 минут) с

последующей их оценкой всеми студентами группы. Для успешной подготовки устных сообщений на практических занятиях студенты в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, должны использовать публикации по изучаемой теме в различных журналах.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта. Разработан учебный курс на электронной платформе Moodle.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 421 ауд., 408 ауд., 434 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.