



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РЫНКА

Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки	<u>Торговое дело</u>
Профиль	<u>Маркетинг и рыночная аналитика</u>
Квалификация (степень)	<u>Бакалавр</u>
Блок, в рамках которого происходит освоение модуля (дисциплины)	<u>Б1</u>
Шифр дисциплины (модуля)	<u>Б1.В.01</u>
Форма обучения	<u>очно-заочная</u>
Курс, семестр	<u>3 курс, 5 семестр</u>
Форма промежуточной аттестации	<u>экзамен</u>
Год	<u>2024</u>

Рабочая программа по дисциплине «Анализ и прогнозирование рынка» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) «Маркетинг и рыночная аналитика» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» августа 2020 г. № 963, Профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 04 июня 2018 г. № 366н, Профессионального стандарта 08 037 «Бизнес-аналитик», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25 сентября 2018 г. № 592н.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

Протокол №03/24 от 22.03.2024

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины «Анализ и прогнозирование рынка» заключается в формировании у обучающихся профессиональных компетенций, позволяющих самостоятельно сформировать целостное представление о необходимости, сущности и содержании анализа и прогнозирования рынка.

Задачи:

– ознакомиться с теоретическими и практическими аспектами формирования и функционирования теории и методологии анализа и прогнозирования рынка для формирования способности проводить бизнес-анализ, проведения оценки эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев, разработки планов проведения работ по бизнес-анализу и обеспечения их выполнения;

– изучить историю, становление и развитие анализа и прогнозирования рынка в современных условиях для формирования способности проводить бизнес-анализ, проведения оценки эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев, разработки планов проведения работ по бизнес-анализу и обеспечения их выполнения;

– усвоить содержание и организацию процессов бизнес-анализа и прогнозирования рынка для формирования способности проводить бизнес-анализ, проведения оценки эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев, разработки планов проведения работ по бизнес-анализу и обеспечения их выполнения;

– овладеть методами и моделями анализа и прогнозирования рынка и выработать соответствующие навыки проведения бизнес-анализа, оценки эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев, разработки планов проведения работ по бизнес-анализу и обеспечения их выполнения.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Анализ и прогнозирование рынка» относится к части дисциплин, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины» основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) «Маркетинг и рыночная аналитика».

Код компетенции	Предшествующие дисциплины, практики	Изучаемые в текущем семестре дисциплины, практики	Последующие дисциплины, практики
ПК-9	Статистический анализ маркетинговой информации	Анализ и прогнозирование рынка Экономический анализ маркетинговых решений	Стратегический анализ рынка Стратегический маркетинг Производственная

		Маркетинг-аналитика в бизнесе	практика, преддипломная практика
--	--	-------------------------------	----------------------------------

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций.

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ПК-9 Готов руководить бизнес-анализом	ПК-9.1 Способен проводить бизнес-анализ	Знать: методы проведения бизнес-анализ Уметь: проводить бизнес-анализ Владеть: навыками проведения бизнес-анализа
	ПК-9.2 Способен проводить оценку эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев	Знать: оценку эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев Уметь: проводить оценку эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев Владеть: навыками проведения оценки эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев
	ПК-9.3 Способен разрабатывать планы проведения работ по бизнес-анализу и обеспечивать их выполнение	Знать: методы разработки планов проведения работ по бизнес-анализу и обеспечивать их выполнение Уметь: разрабатывать планы проведения работ по бизнес-анализу и обеспечивать их выполнение Владеть: навыками разработки планов проведения работ по бизнес-анализу и обеспечивать их выполнение

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся

очно-заочная форма обучения

Вид учебной деятельности	ак. часов	
	Всего	По семестрам
		5

1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	33	33	
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	32	32	
• занятия лекционного типа	12	12	
• занятия семинарского типа:	20	20	
практические занятия	20	20	
лабораторные занятия	-	-	
в том числе занятия в форме практической подготовки	6	6	
Консультации	0,5	0,5	
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,5	0,5	
2. Самостоятельная работа студентов, всего	147	147	
– изучение учебного/теоретического материала (по конспектам лекций), изучение основной и дополнительной литературы	117	117	
– подготовка доклада	30	30	
3. Промежуточная аттестация: экзамен	36	36	
ИТОГО:	ак. часов	216	216
	зач. ед.	6	6

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Раздел 1. Сущность системы конъюнктуры рынка

Тема 1. Сущность и понятия рынка в современных условиях

Понятие рынка, отрасли, структуры отраслевых рынков. Факторы, определяющие структуру рынка. Типология рыночных структур. Исследование структуры, динамики и основных тенденций развития рынка. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка.

Тема 2. Система показателей конъюнктуры рынка.

Создание системы показателей конъюнктуры рынка как главная цель информационного обеспечения исследования рыночной ситуации.

Показатели конъюнктуры рынка: масштаб рынка (емкость рынка, объем операций по купле-продаже товара (оборот торговли), число предприятий различных типов, выступающих на рынке); степень сбалансированности рынка (соотношение спроса и предложения); динамика рынка (изменения основных параметров рынка, их вектора, скорость и интенсивность, основные тенденции); степень деловой активности (заполненность хозяйственного портфеля фирмы, число и размер заказов, объем и динамика сделок); уровень устойчивости и колеблемости основных параметров рынка в динамике и в пространстве; уровень рыночного риска (оценка вероятности потерпеть поражение на рынке); сила и размах конкурентной борьбы (число конкурентов, их активность). Характеристики и факторы конъюнктурного анализа. Рыночные индикаторы.

Тема 3. Методологические основы анализа рынка

Уровни анализа рынка: общеэкономический, отраслевой, товарный. Проведение статистического анализа. Виды анализа. Дескриптивный, выводной, предсказательный анализ. Анализ различий и связей. Анализ масштаба, анализ потенциала рынка. Последовательность в анализе конъюнктуры: анализ производства, спроса и предложения, анализ международной торговли, анализ цен. Оценка величины и структуры текущего действительного спроса и его перспективная оценка.

Раздел 2. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка

Тема 4. Методологические основы прогнозирования рынка

Сущность и роль прогнозов. Классификация прогнозов. Информационное обеспечение прогнозирования рынка. Методология прогнозирования. Основные методы прогнозирования. Основные методы прогнозирования: экстраполяция (аналитическое выравнивание временных рядов, скользящие средние, сглаживание статистических данных), экспертные оценки (метод опроса, метод «Дельфи»).

Определение тенденций развития, распространение сложившихся закономерностей на ближайшую перспективу. Показатели прогнозов и их классификация. Разработка прогноза развития рынка, сценариев развития с использованием методов прогнозирования

Тема 5. 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. Варианты изменения конкуренции.

5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

очно-заочная форма обучения

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)			Индикаторы достижения компетенций
	занятия лекционного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	

Раздел 1. Сущность системы конъюнктуры рынка					
1.	Сущность и понятия рынка в современных условиях	1	2	15	ПК-9.1, ПК-9.2, ПК-9.3
2.	Система показателей конъюнктуры рынка	1	2/1	30	ПК-9.1, ПК-9.2, ПК-9.3
Раздел 2. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка					
3.	Методологические основы анализа рынка	4	6/2	35	ПК-9.1, ПК-9.2, ПК-9.3
4.	Методологические основы прогнозирования рынка	4	6/2	35	ПК-9.1, ПК-9.2, ПК-9.3
5.	Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках	2	4/1	32	ПК-9.1, ПК-9.2, ПК-9.3
Итого		12	20/6	147	

6. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

7. Практические занятия

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	
			Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
Раздел 1. Сущность системы конъюнктуры рынка				
1.	Сущность и понятия рынка в современных условиях	Понятие рынка, отрасли, структуры отраслевых рынков. Факторы, определяющие структуру рынка. Типология рыночных структур. Исследование структуры, динамики и основных тенденций развития рынка. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка. Опрос. Выступление по теме доклада.	4	2
2.	Система показателей конъюнктуры рынка	Создание системы показателей конъюнктуры рынка как главная цель информационного обеспечения исследования рыночной ситуации. Показатели конъюнктуры рынка: масштаб рынка (емкость рынка, объем операций по купле-продаже товара (оборот торговли), число предприятий различных типов, выступающих на рынке); степень сбалансированности рынка (соотношение спроса и предложения); динамика рынка (изменения основных параметров рынка, их вектора, скорость и интенсивность, основные тенденции); степень деловой активности (заполненность хозяйственного портфеля фирмы, число и размер заказов, объем и динамика сделок); уровень устойчивости и колеблемости основных параметров рынка в динамике и в пространстве; уровень рыночного риска (оценка вероятности потерпеть поражение на рынке); сила и размах конкурентной борьбы (число конкурентов, их активность). Характеристики и факторы конъюнктурного анализа. Рыночные индикаторы. Опрос. Выступление по теме доклада.	8	2

Раздел 2. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка				
3.	Методологические основы анализа рынка	Уровни анализа рынка: общеэкономический, отраслевой, товарный. Проведение статистического анализа. Виды анализа. Дескриптивный, предсказательный анализ. Анализ различий и связей. Анализ масштаба, анализ потенциала рынка. Последовательность в анализе конъюнктуры: анализ производства, спроса и предложения, анализ международной торговли, анализ цен. Оценка величины и структуры текущего действительного спроса и его перспективная оценка. Опрос. Выступление по теме доклада.	12	6
4.	Методологические основы прогнозирования рынка	Сущность и роль прогнозов. Классификация прогнозов. Информационное обеспечение прогнозирования рынка. Методология прогнозирования. Основные методы прогнозирования. Основные методы прогнозирования: экстраполяция (аналитическое выравнивание временных рядов, скользящие средние, сглаживание статистических данных), экспертные оценки (метод опроса, метод «Дельфи»). Определение тенденций развития, распространение сложившихся закономерностей на ближайшую перспективу. Показатели прогнозов и их классификация. Разработка прогноза развития рынка, сценариев развития с использованием методов прогнозирования. Опрос. Выступление по теме доклада.	14	6
5.	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	12	4

		капитальных вложений, вертикальная интеграция, эффект масштаба, скорость обновления ассортимента продукции. Варианты изменения конкуренции. Опрос. Выступление по теме доклада.		
	Итого		50	20

8. Тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены.

9. Самостоятельная работа студента

Методические материалы

Самостоятельная работа студента при изучении дисциплины «Анализ и прогнозирования рынка» направлена на: изучение учебного/теоретического материала (по конспектам лекций), изучение основной и дополнительной литературы; выполнение домашних заданий по практическим занятиям (подготовка докладов).

Краткие рекомендации по выполнению самостоятельной работы:

Успешное усвоение дисциплины предполагает большой, упорный, серьезный, систематический труд студентов. Важнейшая его составная часть – выполнение разных видов самостоятельной работы.

1. **Составление тематического конспекта** на основе изученной основной и дополнительной учебной литературы. В тематическом конспекте за основу берется содержание темы, вопросы для обсуждения.

Этапы работы.

1.1 Конспектирование делается только после того, как прочитан или усвоен материал для конспектирования.

1.2. Необходимо мысленно или письменно составить план конспекта. По этому плану и будет строиться конспект далее.

1.3. Составление самого конспекта. Можно сказать, что конспект – это расширенные тезисы, дополненные рассуждениями и доказательствами, содержащимися в материалах для конспекта, а также собственными мыслями и положениями составителя конспекта.

Писать конспект рекомендуется четко и разборчиво. В конспекте можно выделять места текста в зависимости от их значимости. Для этого применяются различного размера буквы, подчеркивания, замечания на полях.

Оценки производятся по шкале «зачтено»/«не зачтено»:

– оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены требования к написанию конспекта, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы, уровень освоения компетенции достаточный,

– оценка «не зачтено» выставляется, если имеются существенные отступления от требований, уровень освоения компетенции недостаточный.

2. Подготовка докладов. При подготовке доклада (сообщения) необходимо:

2.1 Уяснить для себя суть темы, которая вам предложена.

2.2 Подобрать необходимую литературу (пользоваться необходимо несколькими источниками для более полного получения информации).

2.3 Тщательно изучить материал учебника по данной теме, чтобы легче ориентироваться в необходимой литературе и не сделать элементарных ошибок.

2.4 Изучить подобранный материал (по возможности работать карандашом, выделяя самое главное по ходу чтения).

2.5 Составить план доклада (сообщения).

2.6 Написать текст доклада (сообщения) и оформить его.

Необходимо помнить, что выбирать рекомендуется интересную и понятную информацию. Не использовать неясные для вас термины и специальные выражения. Не делать выступление очень громоздким. При оформлении использовать только необходимые, относящиеся к теме рисунки и схемы. В конце доклада (сообщения) составьте список литературы, которым вы пользовались при подготовке. Прочитайте написанный текст заранее и постарайтесь его пересказать, выбирая самое основное. Говорите громко, отчетливо и не торопитесь. В особо важных местах делайте паузу или меняйте интонацию – это облегчит её восприятие для слушателей.

Оценки производятся по шкале «зачтено»/ «не зачтено»:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены требования к содержанию доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, текст работы изложен самостоятельно, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта, устное сообщение дополнено мультимедийной презентацией, даны правильные ответы на дополнительные вопросы, уровень освоения компетенции достаточный;

- оценка «не зачтено» выставляется, если тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, работа носит не самостоятельный характер. Докладчик практически не способен высказаться по теме доклада без текста, имеются существенные отступления от требований, уровень освоения компетенции недостаточный.

3. Составление таблиц. Это вид самостоятельной работы студента по систематизации объемной информации, которая сводится (обобщается) в рамки таблицы. Формирование структуры таблицы отражает склонность студента к систематизации материала и развивает его умения по структурированию информации. Краткость изложения информации характеризует способность к ее свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал). Такие таблицы создаются как помощь в изучении большого объема информации, желая придать ему оптимальную форму для запоминания. Оформляется письменно.

Тема 1. Сущность и понятия рынка в современных условиях

Виды самостоятельной работы по теме: изучение рекомендуемой литературы и источников, составление опорного конспекта.

Подготовка доклада (сообщения) по следующей тематике:

Понятие рынка, отрасли, структуры отраслевых рынков.

Факторы, определяющие структуру рынка.

Типология рыночных структур.

Исследование структуры, динамики и основных тенденций развития рынка.

Барьеры входа на рынок и выхода с рынка.

В процессе освоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: рынок, отрасль, структура отраслевых рынков., факторы, определяющие структуру рынка, типология рыночных структур, барьеры входа на рынок и выхода с рынка.

Тема 2. Система показателей конъюнктуры рынка.

Виды самостоятельной работы по теме: изучение рекомендуемой литературы и источников, составление опорного конспекта.

Подготовка доклада (сообщения) по следующей тематике:

Создание системы показателей конъюнктуры рынка как главная цель информационного обеспечения исследования рыночной ситуации.

Показатели конъюнктуры рынка

Характеристики и факторы конъюнктурного анализа.

Рыночные индикаторы.

В процессе освоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: показатели конъюнктуры рынка: масштаб рынка (емкость рынка, объем операций по купле-продаже товара (оборот торговли), число предприятий различных типов, выступающих на рынке); степень сбалансированности рынка (соотношение спроса и предложения); динамика рынка (изменения основных параметров рынка, их вектора, скорость и интенсивность, основные тенденции); степень деловой активности (заполненность хозяйственного портфеля фирмы, число и размер заказов, объем и динамика сделок); уровень устойчивости и колеблемости основных параметров рынка в динамике и в пространстве; уровень рыночного риска (оценка вероятности потерпеть поражение на рынке); сила и размах конкурентной борьбы (число конкурентов, их активность). Характеристики и факторы конъюнктурного анализа. Рыночные индикаторы.

Тема 3. Методологические основы анализа рынка

Виды самостоятельной работы по теме: изучение рекомендуемой литературы и источников, составление опорного конспекта.

Подготовка доклада (сообщения) по следующей тематике:

Уровни анализа рынка.

Статистический анализ.

В процессе освоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: уровни анализа рынка: общеэкономический, отраслевой, товарный. Проведение статистического анализа. Виды анализа. Дескриптивный, выводной, предсказательный анализ. Анализ различий и связей. Анализ масштаба, анализ потенциала рынка. Последовательность в анализе конъюнктуры: анализ производства, спроса и предложения, анализ международной торговли, анализ цен. Оценка величины и структуры текущего действительного спроса и его перспективная оценка.

Тема 4. Методологические основы прогнозирования рынка

Виды самостоятельной работы по теме: изучение рекомендуемой литературы и источников, составление опорного конспекта.

Подготовка доклада (сообщения) по следующей тематике:

Сущность и роль прогнозов.

Классификация прогнозов.

Информационное обеспечение прогнозирования рынка.

Основные методы прогнозирования.

Определение тенденций развития, распространение сложившихся закономерностей на ближайшую перспективу.

Показатели прогнозов и их классификация.

Разработка прогноза развития рынка, сценариев развития с использованием методов прогнозирования

В процессе освоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: сущность и роль прогнозов, классификация прогнозов, информационное обеспечение прогнозирования рынка, методология прогнозирования, экстраполяция (аналитическое выравнивание временных рядов, скользящие средние, сглаживание статистических данных), экспертные оценки (метод опроса, метод «Дельфи»).

Тема 5. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках

Виды самостоятельной работы по теме: изучение рекомендуемой литературы и источников, составление опорного конспекта.

Подготовка доклада (сообщения) по следующей тематике:

Понятие конкуренции и конкурентного преимущества, виды конкурентных преимуществ.

Понятие конкурентоспособности и факторы, влияющие на конкурентную борьбу.

В процессе освоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: конкуренция, конкурентное преимущество, конкурентоспособность, барьеры для входа на рынок или выхода с рынка, цена, уровень стандартизации товаров, вертикальная интеграция, эффект масштаба, скорость обновления ассортимента продукции.

10. Оценивание результатов обучения и уровня сформированности компетенций

Оценивание результатов обучения по дисциплине и уровня сформированности компетенций (части компетенции) осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в соответствии с Фондом оценочных средств.

ПК-9 Готов руководить бизнес-анализом

Темы докладов:

1. Понятие рынка, отрасли, структуры отраслевых рынков.
2. Факторы, определяющие структуру рынка.
3. Типология рыночных структур.
4. Исследование структуры, динамики и основных тенденций развития рынка.
5. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка
6. Создание системы показателей конъюнктуры рынка как главная цель информационного обеспечения исследования рыночной ситуации.
7. Показатели конъюнктуры рынка
8. Характеристики и факторы конъюнктурного анализа.
9. Рыночные индикаторы
10. Уровни анализа рынка.
11. Статистический анализ
12. Сущность и роль прогнозов.
13. Классификация прогнозов.
14. Информационное обеспечение прогнозирования рынка.
15. Основные методы прогнозирования.
16. Определение тенденций развития, распространение сложившихся закономерностей на ближайшую перспективу.
17. Показатели прогнозов и их классификация.
18. Разработка прогноза развития рынка, сценариев развития с использованием методов прогнозирования
19. Понятие конкуренции и конкурентного преимущества, виды конкурентных преимуществ.
20. Понятие конкурентоспособности и факторы, влияющие на конкурентную борьбу.

Оценки производятся по шкале «зачтено»/ «не зачтено»:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены требования к содержанию доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, текст работы изложен самостоятельно, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта, устное сообщение дополнено мультимедийной презентацией, даны правильные ответы на

дополнительные вопросы, уровень освоения компетенции достаточный;

- оценка «не зачтено» выставляется, если тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, работа носит не самостоятельный характер. Докладчик практически не способен высказаться по теме доклада без текста, имеются существенные отступления от требований, уровень освоения компетенции недостаточный

Вопросы к экзамену:

1. Общая характеристика методов анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка.
2. Экономико-статистические методы: содержание и условия использования.
3. Методы экспертных оценок: индивидуальные и групповые.
4. Статистические методы: метод экспоненциального сглаживания.
5. Статистические методы: корреляция и регрессия.
6. Прогнозирование на основе сезонных колебаний.
7. Групповые методы экспертных оценок: метод Дельфи, метод мозгового штурма, метод сценариев, построение дерева целей.
8. Индивидуальные методы экспертных оценок: интервью, генерации идей, аналитических экспертных оценок.
9. Понятие конъюнктуры рынка. Задачи ИКР.
10. Общая характеристика источников информации о конъюнктуре рынка: первичные и вторичные источники данных.
11. Понятие маркетинговой информационной системы: критерии полезной информации и принципы предоставления.
12. Вторичные источники информации: внешние и внутренние. Достоинства и недостатки вторичных данных.
13. Внешние вторичные источники информации: официальные источники, СМИ, специальные издания и др.
14. Источники внутренней информации: анализ продаж, ABC – анализ, анализ ассортимента.
15. Источники внутренней информации: анализ поставщиков, создание баз данных.
16. Источники внутренней информации: анализ цен и затрат.
17. Источники внутренней информации: SWOT – анализ, TOWS – анализ.
18. Общая характеристика методов сбора первичных данных, их достоинства и недостатки.
19. Качественные и количественные методы получения информации.
20. Разработка вопросников: порядок и правила разработки опросных листов, анкет.

Шкала и критерии оценивания:

- оценка «отлично» - проставляется обучающемуся, если ответы на вопросы билета даны верно и полностью; необходимые компетенции и

практические навыки работы с освоенным материалом сформированы;

- оценка «хорошо» - проставляется обучающемуся, если ответы на вопросы билета даны полностью, но обоснования недостаточны; но пробелы не носят существенного характера, необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы;

- оценка «удовлетворительно» - проставляется обучающемуся, если в ответах допущены ошибки, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы носят существенный характер, необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно;

- оценка «неудовлетворительно» - проставляется обучающемуся, если в ответах допущены существенные ошибки, показавшие, что обучающийся не освоил теоретическое содержание курса, пробелы носят существенного характера, необходимые компетенции и практические навыки работы не сформированы.

11. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Нормативные правовые акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51–ФЗ (ред. от 09.03.2021) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301. – КонсультантПлюс. [Электрон.ресурс]. – Электрон.дан. – [М., 2021].

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14–ФЗ (ред. от 09.03.2021) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301. – КонсультантПлюс. [Электрон.ресурс]. – Электрон.дан. – [М., 2021].

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146–ФЗ (ред. от 17.02.2021) // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 31. – Ст.3824. – КонсультантПлюс. [Электрон.ресурс]. – Электрон.дан. – [М., 2021].

Основная и дополнительная литература

1. Латышова Л.С. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: / Л.С. Латышова. - Москва : Дашков и К, 2019. - 142 с. - ISBN 978-5-394-03354-4. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/359615/reading>. - Текст: электронный.

2. Набиева А.Р. Кооперативное предпринимательство в продовольственном обеспечении России : монография. — 3-е изд. / А.Р. Набиева. - Москва : Дашков и К, 2022. - 240 с. - ISBN 978-5-394-04748-0. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/388080/reading>. - Текст: электронный.

3. Валигурский Д.И. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика. Том 2. / Д.И. Валигурский. - Москва : Дашков и К, 2019. - 324 с. - ISBN 978-5-394-03365-0. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/359537/reading>. - Текст: электронный.

4. Никитина Н. Ю. Предпринимательство : учебное пособие. - 2-е изд., стер. / Н.Ю. Никитина, С.М. Корунов, А.А. Яшин, И.Д. Опарин. - Москва : Флинта, 2022. - 256 с. - ISBN 978-5-9765-5071-1. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/385624/reading>. - Текст: электронный.

Электронные библиотечные системы (ЭБС) и электронные образовательные ресурсы

Электронно-библиотечная система Айбукс <http://ibooks.ru>

12. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины

Перечень лицензионного программного обеспечения

1. MS Office 2019 (Microsoft)
2. MS Windows 7 (Microsoft)

в том числе перечень лицензионного программного обеспечения отечественного производства:

1. Kaspersky Endpoint Security (Kaspersky Lab)

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

1. Adobe Acrobat Reader
2. Open Office (<http://ru.openoffice.org/>)

в том числе перечень свободно распространяемого программного обеспечения отечественного производства:

1. Яндекс.Браузер
2. Антивирус Kaspersky Free

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Тип помещения	Состав оборудования и технических средств обучения
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, и практических занятий с применением компьютерных технологий, текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных	Аудитория 38. Оборудование: Учебная мебель: рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, доска. Технические средства обучения: Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбуки, с выходом в сеть Интернет и с

	консультаций	доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, лабораторных работ, текущего контроля и промежуточной аттестации и индивидуальных консультаций	Аудитория 24. Оборудование: Учебная мебель, рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, доска. Технические средства обучения: Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.
3	Аудитория для самостоятельной работы студентов и выполнения курсовых работ	Аудитория 33. Оборудование: Учебная мебель, рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, доска, кондиционер. Технические средства обучения: Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.