

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Плеханова Викторовна

Должность: Преподаватель

Дата подписания: 25.07.2023 15:34:15

Уникальный идентификатор документа: 798bda64-7776856f1710bd17a9070c31fd41b6a6ac5a1f10c8c5199b

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»  
КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ РЭУ ИМ. Г. В. ПЛЕХАНОВА

Приложение 3 к основной профессиональной образовательной программе  
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело,  
направленность (профиль) программа Коммерция

УТВЕРЖДЕНО

Протоколом заседания Совета  
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова  
от «28» мая 2019 г. №11

Председатель  Г.Л. Авагян



**Кафедра торговли и общественного питания**

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

для студентов приема 2019 года

### **Б1.В.12 АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ**

**Направление подготовки 38.03.06  
Торговое дело**

**Направленность (профиль)  
Коммерция**

**Уровень высшего образования Бакалавриат**

**Программа подготовки академический бакалавриат**

Краснодар  
2019 г.

**Рецензенты:**

Хохлова Т.А. к.э.н., доцент кафедры менеджмента Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

Жуков Б.М., д.э.н., профессор кафедры менеджмента и торгового дела Краснодарского кооперативного института автономной некоммерческой образовательной организации Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков»:**

**Цель изучения дисциплины** является овладение студентами методологией сбора, статистической обработки и анализа информации о конъюнктуре региональных и мировых рынков.

**Задачи дисциплины**

- освоение методологии применения современных методов анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка в ситуациях неопределенности и риска;
- освоение методов работы с информационными технологиями, использование интернет ресурсов для их дальнейшего применения в учебной, научной и профессиональной деятельности
- организация процессов прогнозирования и планирования на макро- и микроуровне;
- определить ключевые направления анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков;
- изучить методику оценки конкурентоспособности торгового предприятия в условиях конкурентного товарного рынка.

Рабочая программа дисциплины составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта.

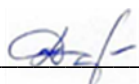
**Составители:**

  
\_\_\_\_\_ (подпись)

З.Х. Моламусов, к.э.н., доцент кафедры торговли и общественного питания

Протокол от «28» марта 2019 г. № 8

Зав. КТП, к.э.н., доцент

  
\_\_\_\_\_

С.Н. Диянова

Протокол заседания Учебно-методического совета от «18» 04 2019 г. № 6

СОГЛАСОВАНО



Куринный Р.С., руководитель Департамента потребительской сферы и регулирования рынка алкоголя Краснодарского края

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>I.ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....</b>	<b>4</b>
<b>II.СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>7</b>
<b>III.ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....</b>	<b>11</b>
<b>IV.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>11</b>
<b>V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>18</b>
<b>VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....</b>	<b>22</b>
<b>VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>28</b>
<b>VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ .....</b>	<b>30</b>
<b>Лист регистрации изменений .....</b>	<b>39</b>
<b>Приложения:</b>	
<b>Карта обеспеченности дисциплины учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами</b>	
<b>Образец экзаменационного билета</b>	

# **I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

## **1.1 Цель дисциплины**

Целью учебной дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» является овладение студентами методологией сбора, статистической обработки и анализа информации о конъюнктуре региональных и мировых рынков

## **1.2 Учебные задачи дисциплины**

- освоение методологии применения современных методов анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка в ситуациях неопределенности и риска;
- освоение методов работы с информационными технологиями, использование интернет ресурсов для их дальнейшего применения в учебной, научной и профессиональной деятельности
- организация процессов прогнозирования и планирования на макро- и микроуровне;
- определить ключевые направления анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков;
- изучить методику оценки конкурентоспособности торгового предприятия в условиях конкурентного товарного рынка.

## **1.3 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования)**

Дисциплина «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» относится к вариативной части учебного плана.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Коммерческая деятельность», «Логистика», «Инфраструктура товарного рынка».

Для успешного освоения дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков», студент должен:

Знать:

- сущность процессов планирования и прогнозирования на разных этапах развития государства, системы рыночных взаимосвязей и социально-экономических условий развития рыночных отношений;
- основные принципы, функции и формы прогнозирования и планирования;

Уметь:

- использовать навыки анализа макроэкономической ситуации для оптимизации процессов выработки систем целей, прогнозов и разработки, и выбора методов планирования деятельности хозяйствующих субъектов на различных уровнях принятия управленческих решений;
- правильно выбрать место предприятия в сложной системе взаимосвязей рыночных и планомерно функционирующих экономических отношений как на частнопредпринимательском, так и на государственно-монополистическом уровне их развития;

Владеть:

- готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способностью к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной маркетинговой деятельности;
- способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной маркетинговой деятельности.

Изучение дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» необходимо для дальнейшего прохождения практики и выполнения выпускной квалификационной работы.

## 1.4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Показатели объема дисциплины	Всего часов по формам обучения		
	Очная	Заочная	Очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	3 ЗЕТ		
Объем дисциплины в часах	108		
Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего	44,35	16,35	40,35
1.Аудиторная работа (Ауд), всего:	42	14	40
в том числе:			
лекции, в том числе интерактивные ( )	14 (4)	6 (2)	12 (4)
практические (семинарские) занятия, в том числе интерактивные ( )	28 (14)	8 (4)	26 (8)
2.Электронное обучение (Элек.) (при наличии в учебном плане)	-	-	-
3.Индивидуальные консультации (ИК)	-	-	-
4.Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	-	-	-
5.Консультация перед экзаменом (КЭ)	2	2	2
6.Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии (Каттэкз)	0,35	0,35	0,35
Самостоятельная работа (СР). всего:	30	85	34
в том числе:			
самостоятельная работа в семестре (СРС)	-	-	-
самостоятельная работа на курсовую работу	-	-	-
самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)	33,65	6,65	33,65

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплине осуществляется в соответствии с приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

## 1.5 Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие профессиональные (ПК) компетенции:

**ПК-3** - готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

**ПК-3** студент должен:

**Знать:** методы анализа маркетинговой информации; методы изучения и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков

**Уметь** определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию

**Владеть:** методами анализа и прогнозирования и конъюнктуры товарных рынков

**ПК-9** - готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.

В результате освоения компетенции **ПК-9** студент должен:

**Знать:** цели, задачи, принципы, методы анализа, оценки, разработки стратегии организации на основе анализа конъюнктуры товарных рынков

**Уметь:** анализировать, оценивать, разрабатывать стратегии организации исходя из конъюнктуры рынка

**Владеть:** владеть навыками анализа и разработки стратегии организации на основе сло-

жившейся конъюнктуры рынка

**ПК-14** - способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность.

В результате освоения компетенции **ПК-14** студент должен:

**Знать:** методы прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков

**Уметь:** составить прогноз развития рынка

**Владеть:** навыками прогнозирования продаж и прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков.

## 1.6 Формы контроля

Текущий контроль (контроль самостоятельной работы студента) осуществляется в процессе освоения дисциплины в виде следующих работ: поиск дополнительной литературы, самостоятельная подготовка к устному опросу по вопросам к теме, рефераты по самостоятельно изученной теме, подготовка доклада, презентации, дискуссии, деловая игра.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с учебным планом в форме экзамена – в 7 семестре – очная форма обучения, в 8 семестре – очно- заочная и заочная форма обучения – 7 семестр.

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». Распределение баллов по отдельным видам работ в процессе освоения дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» осуществляется в соответствии с разделом VIII.

## 1.7 Требования к адаптации учебно-методического обеспечения дисциплины для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Требования к адаптации учебно-методического обеспечения дисциплины для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов определены в Положении об организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». (<http://www.rea.ru>)

Набор адаптационных методов обучения, процедур текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации осуществляется исходя из специфических особенностей восприятия, переработки материала обучающимися с ограниченными возможностями здоровья с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей.

## II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков», описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения ОПОП ВО представлено в таблице 2.1

Таблица 2.1

Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Образовательные технологии
Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей	<p>Актуальность изучения конъюнктуры рынка. Преимущества владения конъюнктурной информацией. Понятие конъюнктуры рынка. Уровни исследования конъюнктуры рынка: общеэкономический, отраслевой, товарный. Масштаб изучаемого рынка и состав показателей, характеризующих условия развития рынка. Спрос, предложение и цена как основные составляющие конъюнктуры рынка.</p> <p>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 (товарооборот), число предприятий различных типов, выступающих на рынке); степень сбалансированности рынка (со-отношение 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.</p>	ПК-3	Входной контроль-тестирование, лекция, устный опрос, дискуссия, реферат, самостоятельная работа студентов
Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка	<p>Основные требования к конъюнктурным исследованиям: целенаправленность, комплексность и систематичность. 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. 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.</p>	ПК-3 ПК-9	лекция, устный опрос, дискуссия, реферат, самостоятельная работа студентов
Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления.	<p>Взаимосвязь регионального планирования с государственным программированием (разработкой и реализацией целевых комплексных программ) и прогнозированием. Влияние географического положения, природно-ресурсного потенциала и положения региона в системе межрегионального и международного разделения труда на процесс формирования региональных планов и прогнозов. Прогнозирование и регулирование процессов формирования межрегиональных и внешнеэкономических связей.</p> <p>Цели и задачи общегосударственного и регионального уровня управления региональным развитием. Долгосрочные планы развития регионов в контексте новых концепций регионального развития. Зарубежный опыт планирования и программирования регионального развития в условиях рынка.</p>	ПК-14	лекция, устный опрос, дискуссия, реферат, самостоятельная работа студентов

Тема 4. Внешнеэкономические отношения: возможности и проблемы прогнозирования и планирования	Межгосударственный, межрегиональный, межфирменный и индивидуальный уровни развития и управления внешнеэкономической деятельностью. Планирование внешнеэкономической деятельности в рамках различных форм межгосударственных объединений (таможенный союз, общий рынок, экономический союз, зоны свободной торговли, оффшорные зоны внутри отдельных государств и др.).	ПК-9 ПК-14	лекция, устный опрос, деловая игра, самостоятельная работа студентов
Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование	Сущность и особенности микроэкономического планирования. Факторы, определяющие процесс и формы планирования на микроуровне: объем производственной деятельности, степень постоянства и устойчивости хозяйственных связей, стиль и используемые методы управления, организационно правовая форма предприятия, работа на неизвестный рынок или участие в совместной деятельности в форме скооперированного звена и др. Сущность, цели и задачи технико-экономического планирования хозяйственной деятельности предприятия. Необходимость взаимоувязки и взаимообусловленность планов финансового, маркетинга и плана технико-экономического развития предприятия	ПК-3 ПК-9	лекция, устный опрос, дискуссия, реферат, самостоятельная работа студентов
Тема 6. 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; достигнутый уровень жизни и потребностей населения; уровень соотношения цен на товары; численность населения; социальный и половозрастной состав населения; степень насыщенности рынка; состояние сбытовой, торговой и сервисной сети; географическое положение рынка. Влияние тенденций развития соответствующих отраслей, инвестиционной политики предприятий, процессов в смежных отраслях на емкость товарного рынка. Понижающаяся конъюнктура и повышающаяся конъюнктура и их влияние на емкость рынка. Способы прогноза емкости рынка: анкетирование населения/экспертов, экстраполяция, аналитическое моделирование.	ПК-9 ПК-14	лекция, устный опрос, самостоятельная работа студентов
Тема 7. 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.	ПК-9 ПК-14	лекция, устный опрос, тестовые задания, самостоятельная работа студентов



### III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» используются следующие образовательные технологии в виде контактной и самостоятельной работы:

#### 1. Стандартные методы обучения:

лекции;

практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, раскрываемые в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;

самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, работа с литературой, подготовка рефератов.

#### 2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

интерактивные лекции;

дискуссии;

деловая игра

### IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 4.1 Рекомендуемая литература

##### Основная литература:

1. Бабич Т.Н. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Т.Н. Бабич, И.А. Козьева, Ю.В. Вертакова, Э.Н. Кузьбожев. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 336 с.: <https://znanium.com/read?id=303895>

2. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Л.Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 260 с.: <https://znanium.com/read?id=335699>

3. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2020. - 392 с.: <https://znanium.com/read?id=354450>

##### Дополнительная литература:

1. Клинов, В.Г. Прогнозирование долгосрочных тенденций в развитии мирового хозяйства: Учебное пособие / В.Г. Клинов. – Издательство: Магистр 2019. - 142 с. - <https://znanium.com/read?id=354378>

2. Лебедева О.А. Маркетинговые исследования рынка: Учебник / О.А. Лебедева, - М.: Форум, 2013. - 192 с.: <https://znanium.com/read?id=296728>

3. Памбухчиянц О.В. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник для бакалавров / Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В., - 2-е изд., перераб. и доп. М.: Дашков и К, 2018. - 400 с.: - ISBN 978-5-394-02531-0 - Режим доступа: <https://znanium.com/bookread2.php?book=329767>

4. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., М.: Дашков и К, 2017. - 500 с.: - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=94344>

5. Кобелева И.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций: Учебное пособие / И.В. Кобелева, Н.С. Ивашина. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 292 с. - <https://znanium.com/read?id=339635>

#### 4.2 Перечень информационно-справочных систем

1. Информационно-правовой портал «КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru>

2. Кодексы и законы РФ - правовая справочно-консультационная система <http://kodeks.systems.ru>

3. ГОСТы (официальные тексты) в помощь оформлению курсовых, выпускных квалификационных работ, диссертационных исследований – коллекция ссылок на ресурсы сайта Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт), размещенная

на сайте филиала <http://www.gost.ru>

4. Информационно-правовая система «Законодательство России»  
<http://pravo.gov.ru/ips/>

#### **4.3 Перечень электронно- образовательных ресурсов**

1. ЭБС «ИНФРА–М» <http://znanium.com>
2. ЭБС «Лань» [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com)
3. ЭБС ВООК.ru <http://www.book.ru>
4. ЭБС «Лань» Книжная коллекция «Инженерно-технические науки» [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com)
5. **Лекторнум** - просветительский проект: массовые открытые онлайн-курсы, открытый видеоархив лекций вузов России <https://www.lektorium.tv/>
6. Компьютерные тестовые задания: система тестирования Indigo

#### **4.4 Перечень профессиональных баз данных**

1. Крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
2. Scopus – крупнейшая единая база данных, содержащая аннотации и информацию о цитируемости рецензируемой научной литературы, со встроенными инструментами отслеживания, анализа и визуализации данных
3. Статистическая база данных по российской экономике <http://www.gks.ru>
4. База данных PATENTSCOPE <https://patentscope.wipo.int/search/ru/search.jsf>

#### **4.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ (статистические данные) <http://www.gks.ru/>
3. Официальный сайт Министерства финансов РФ <https://www.minfin.ru/ru/?fullversion=1>
4. Всемирный банк открытых данных <https://datacatalog.worldbank.org/>
5. Научная электронная библиотека. Монографии, изданные в издательстве Российской Академии Естествознания -полнотекстовый ресурс научных и учебных изданий РАЕ <https://www.monographies.ru/>
6. Научно-образовательный портал «Экономика и управление на предприятии». БИБЛИОТЕКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ <http://www.eup.ru>
7. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/read.htm>
8. Сайт «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности филиала» <http://vrgteu.ru>

#### **4.6 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения**

1. Операционная система Windows 10
2. Пакет прикладных программ Office Professional Plus 2010 Rus,
3. Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Расширенный Rus Edition, PeaZip, Adobe Acrobat Reader DC

#### **4.7 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Задания для организации самостоятельной работы представлено на сайте компьютерной поддержки учебной деятельности Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова в «методическое пособие по проведению практических занятий с использованием интерактивных методов обучения и организации самостоятельно работы» по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» Режим доступа: <http://vrgteu.ru>.

Пример заданий по организации самостоятельной работы студента.

### **Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей**

**Литература: О-1; Д-1; Д-3.**

**Вопросы для самопроверки:**

1. Актуальность изучения конъюнктуры рынка.
2. Преимущества владения конъюнктурной информацией.
3. Понятие конъюнктуры рынка.
4. Уровни исследования конъюнктуры рынка: общеэкономический, отраслевой, товарный.

**Вопросы для самостоятельной подготовки**

1. Масштаб изучаемого рынка и состав показателей, характеризующих условия развития рынка.
2. Спрос, предложение и цена как основные составляющие конъюнктуры рынка.

**Вопросы для обсуждения**

1. Создание системы показателей конъюнктуры рынка как главная цель информационного обеспечения исследования рыночной ситуации.
2. Показатели конъюнктуры рынка: масштаб рынка (емкость рынка, объем операций по купле-продаже товара (товарооборот), 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); 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).
3. Характеристики и факторы конъюнктурного анализа.
4. Рыночные индикаторы.

Темы рефератов

1. Система показателей конъюнктуры рынка.
2. Конъюнктура мирового рынка и ее показатели.
3. Направления исследования рынка.
4. Маркетинговый анализ предприятия: сущность и методы.

*Дискуссия по теме «Степень деловой активности предприятия (наполненность хозяйственного портфеля фирмы, число и размер заказов, объем и динамика сделок)»*

**Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка**

**Литература: О-1; Д-1.**

**Вопросы для самопроверки:**

1. Основные требования к конъюнктурным исследованиям: целенаправленность, комплексность и систематичность.
2. Последовательность в анализе конъюнктуры: анализ производства, спроса и предложения, анализ международной торговли, анализ цен.
3. Оценка величины и структуры текущего действительного спроса и его перспективная оценка.

**Вопросы для самостоятельной подготовки**

1. Основные методы прогнозирования: экстраполяция (аналитическое выравнивание временных рядов, скользящие средние, сглаживание статистических данных), экспертные оценки (метод опроса, метод «Дельфи»).
2. Определение тенденций развития, распространение сложившихся закономерностей на ближайшую перспективу.

Вопросы для обсуждения

1. Сущность и методологическая основа планирования.
2. Формы планирования.
3. Прогнозирование, его сущность и методологическая база.
4. Взаимосвязь прогнозирования и планирования в рыночной экономике.
5. Отражение в теоретических концепциях этой взаимосвязи.
6. Формы сочетания плана и рынка в различных экономических системах: история и практика.

Темы рефератов

1. Сущность и методы конкурентного анализа.
2. Оценка конкурентной среды.
3. Оценка конкурентоспособности предприятия.
4. Определение емкости рынка.

*Дискуссия по теме «Методы опроса, метод «Дельфи»»*

### **Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления.**

**Литература: О-1; О-2; О-3; Д-1; Д-3.**

#### **Вопросы для самопроверки:**

1. Взаимосвязь регионального планирования с государственным программированием (разработкой и реализацией целевых комплексных программ) и прогнозированием.
2. Влияние географического положения, природно-ресурсного потенциала и положения региона в системе межрегионального и международного разделения труда на процесс формирования региональных планов и прогнозов.
3. Прогнозирование и регулирование процессов формирования межрегиональных и внешнеэкономических связей.

#### **Вопросы для самостоятельной подготовки**

1. Цели и задачи общегосударственного и регионального уровня управления региональным развитием.
2. Долгосрочные планы развития регионов в контексте новых концепций регионального развития.
3. Зарубежный опыт планирования и программирования регионального развития в условиях рынка.

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Что объединяет и в чем различие понятий: план, прогноз, предвидение, предсказание.
2. Директивное и индикативное планирование, их субъекты и сферы применения.
3. Что приводит к повышению рисков в экономической деятельности макроэкономических субъектов?
4. Что изучает наука прогностика в современном рынке? Зачем нужно что-то прогнозировать? Какова основная цель прогнозирования?
5. Понятие социальной политики государства, ее виды и цели. Что отличает активную социальную политику государства от пассивной?

#### Темы рефератов

1. Экономические кризисы: причины, проявления, последствия и пути выхода.
2. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка
3. Процедура исследования конъюнктуры рынка.

*Дискуссия по теме «Предпосылки составления прогнозов и планов развития НТП в национальной экономике».*

### **Тема 4. Внешнеэкономические отношения: возможности и проблемы прогнозирования и планирования**

**Литература: О-1; О-2; О-3; Д-1; Д-2.**

#### **Вопросы для самопроверки:**

1. Межгосударственный, межрегиональный, межфирменный и индивидуальный уровни развития и управления внешнеэкономической деятельностью.
2. Планирование внешнеэкономической деятельности в рамках различных форм межгосударственных объединений (таможенный союз, общий рынок, экономический союз, зоны свободной торговли, оффшорные зоны внутри отдельных государств и др.).

#### Вопросы для обсуждения

1. В мире ежегодно патентуется множество изобретений и выдаются свидетельства на технологические новшества. Почему большинство из них не находит своего применения, а применяемые внедряются через 10-20 лет?

2. Назовите исходные предпосылки составления прогнозов и планов развития НТП в национальной экономике.

3. Роль государства в определении и развитии направлений развития НТП. Достаточно ли государству поддерживать только разработку различных инновационных направлений и открытий?

#### **Вопросы для самостоятельной подготовки**

1. Проблемы прогнозирования и планирования развития внешнеэкономических отношений.

2. Субъекты планирования и прогнозирования в сфере внешнеэкономических отношений.

#### Темы рефератов

1. Планирование внешнеэкономической деятельности в рамках различных форм межгосударственных объединений (таможенный союз, общий рынок, экономический союз, зоны свободной торговли, оффшорные зоны внутри отдельных государств и др.).

2. Показатели "открытости" национальной экономики.

### **Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование**

**Литература: О-1; О-2; О-3; Д-2; Д-3.**

#### **Вопросы для самопроверки:**

1. Сущность и особенности микроэкономического планирования.

2. Факторы, определяющие процесс и формы планирования на микроуровне: объем производственной деятельности, степень постоянства и устойчивости хозяйственных связей, стиль и используемые методы управления, организационно правовая форма предприятия, работа на неизвестный рынок или участие в совместной деятельности в форме скооперированного звена и др.

#### **Вопросы для самопроверки:**

1. Сущность, цели и задачи технико-экономического планирования хозяйственной деятельности предприятия.

2. Необходимость взаимоувязки и взаимообусловленность планов финансового, маркетинга и плана технико-экономического развития предприятия

#### Вопросы для обсуждения

1. Сущность и особенности микроэкономического планирования.

2. Понятие горизонта планирования и его типы: стратегическое, оперативное (тактическое), долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное.

3. Система предплановых прогнозов, система планов, программ и проектов.

4. Оценка результатов планирования и корректировка планов на микроуровне.

5. Внутрифирменное прогнозирование: виды, принципы, причины использования.

6. Государственные целевые программы как форма планомерной организации хозяйственной деятельности частных предприятий и их объединений.

#### **Вопросы для самостоятельной подготовки**

1. Внутрифирменное прогнозирование: виды, принципы, причины использования.

2. Государственные целевые программы как форма планомерной организации хозяйственной деятельности частных предприятий и их объединений.

3. Особенности планомерной организации деятельности предприятий и фирм в составе финансово-промышленной группы, транснациональных компаний (ТНК), внутриотраслевых и межотраслевых комплексов, включая территориально-производственные комплексы (ТПК).

#### Темы рефератов

3. Сущность и особенности микроэкономического планирования.

4. Понятие горизонта планирования и его типы: стратегическое, оперативное (тактическое), долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное.

5. Система предплановых прогнозов, система планов, программ и проектов.

6. Оценка результатов планирования и корректировка планов на микроуровне.

## **Тема 6. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения**

**Литература: О-1; О-2; О-3; Д-3; Д-4.**

### **Вопросы для самопроверки:**

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; достигнутый уровень жизни и потребностей населения; уровень соотношения цен на товары; численность населения; социальный и половозрастной состав населения; степень насыщенности рынка; состояние сбытовой, торговой и сервисной сети; географическое положение рынка.

### **Вопросы для самостоятельной подготовки**

1. Влияние тенденций развития соответствующих отраслей, инвестиционной политики предприятий, процессов в смежных отраслях на емкость товарного рынка.
2. Понижающаяся конъюнктура и повышающаяся конъюнктура и их влияние на емкость рынка.
3. Способы прогноза емкости рынка: анкетирование населения/экспертов, экстраполирование, аналитическое моделирование.

### Темы рефератов

1. Анализ тенденций развития факторов макро внешней среды предприятия.
2. Анализ тенденций развития рынка и его сегментов.
3. Анализ потребителей и потребительских предпочтений.
4. Анализ состояния и динамики конкурентной среды
5. Проблемы оценки конкурентоспособности предприятия.
6. Анализ комплекса маркетинга
7. Анализ оценка стратегического потенциала предприятия

## **Тема 7. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках**

**Литература: О-1; О-2; О-3; Д-2; Д-3; Д-5.**

### Вопросы для самопроверки:

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.

### **Вопросы для самостоятельной подготовки**

1. Варианты изменения конкуренции.
2. Современные технологии стратегического маркетингового анализа.
3. Современные методы оценки внешней среды предприятия

### Вопросы для обсуждения

1. Какие факторы влияют на усиление конкуренции?
2. Барьеры входа и выходы на рынок.
3. Доля рынка.
4. Что такое издержки переключения?
5. Что такое нехватка дифференциации?

### Темы рефератов

1. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка.
2. Процедура исследования конъюнктуры рынка.

#### **4.8 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для реализации дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, оборудованные учебно-наглядными пособиями, для занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду филиала.

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей на основании заявления студента.

## V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Тематический план изучения дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» для студентов очной формы обучения представляет содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 5.1.

Таблица 5.1

Наименование разделов и тем	Контактная работа, час										Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)
	Аудиторные часы						Индивидуальная консультация, ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, Каттэкз				
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч. интерактивные формы / часы									
					лекции	практические занятия				формы	в семестре, час	контроль/СР в сессию		
Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей	2	4	-	6	И.л/2	Дис/2	-	-	-	-	<i>Лит.</i>	4	-	<i>Входной контроль-тестирование, устный опрос, дискуссия, реферат</i>
Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка	2	4	-	6	-	Дис/2	-	-	-	-	<i>Лит.</i>	4		<i>устный опрос, дискуссия, реферат</i>
Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления.	2	4	-	6	-	Дис/2	-	-	-	-	<i>Лит.</i>	4		<i>устный опрос, дискуссия, реферат</i>
Тема 4. Внешнеэкономические отношения: возможности и проблемы прогнозирования и планирования	2	4	-	6	-	Д.и./4	-	-	-	-	<i>Лит.</i>	4		<i>устный опрос, деловая игра</i>



Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование	2	4	-	6	-	Дис/4	-	-	-	-	Лит.	4		устный опрос, дискуссия, реферат
Тема 6. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения	2	4	-	6	И.л/2	-	-	-	-	-	Лит.	5	-	устный опрос
Тема 7. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках	2	4	-	6	-	-	-	-	-	-	Лит.	5	-	устный опрос, тестовые задания
<b>Итого:</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>42</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	
<b>Каттэкз</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
<b>Экзамен</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,35</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>33,65</b>	
<b>Всего по дисциплине</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>42</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>0,35</b>	<b>-</b>	<b>30</b>	<b>33,65</b>	<b>108</b>

Тематический план изучения дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» для студентов заочной формы обучения представляет содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 5.2.

Таблица 5.2

Наименование разделов и тем	Контактная работа, час										Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)
	Аудиторные часы					Индивидуальная консультация, ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, Каттэкз					
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч. интерактивные формы / часы									
											формы	в семестре, час	контроль/СР в сессию	

						тия								
Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей	2		-	2	И.л/2	-	-	-	-	-	Лит.	15	-	устный опрос, дискуссия, реферат
Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка	-	-	-		-	-	-	-	-	-	Лит.	10		КР
Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления.	-	2	-	2	-	Дис/2	-	-	-	-	Лит.	10		устный опрос, дискуссия, реферат
Тема 4. Внешне-экономические отношения: возможности и проблемы прогнозирования и планирования	-	2	-	2	-	Д.и/2	-	-	-	-	Лит.	15		устный опрос, деловая игра
Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование	-	2	-	2	-	-	-	-	-	-	Лит.	15		устный опрос, дискуссия, реферат
Тема 6. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения	2	-	-	2	-	-	-	-	-	-	Лит.	10	-	устный опрос
Тема 7. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках	2	2	-	4	-	-	-	-	-	-	Лит.	10	-	устный опрос, тестовые задания

<b>Итого:</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>85</b>	<b>-</b>	
<b>Каттэкз</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
<b>Экзамен</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,35</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>6,65</b>	
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>0,35</b>	<b>-</b>	<b>85</b>	<b>6,65</b>	<b>108</b>

Тематический план изучения дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» для студентов очно-заочной формы обучения представляет содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 5.3.

Наименование разделов и тем	Контактная работа, час										Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)
	Аудиторные часы						Индивидуальная консультация, ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, Каттэкз				
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч. интерактивные формы / часы									
Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей	2	4	-	6	И.л/2	Дис/2	-	-	-	-	Лит.	4	-	устный опрос, дискуссия, реферат
Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка	2	4	-	6	-	Дис/2	-	-	-	-	Лит.	4		устный опрос, дискуссия, реферат
Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления.	2	4	-	6	-	Дис/2	-	-	-	-	Лит.	4		устный опрос, дискуссия, реферат

Тема 4. Внешне-экономические отношения: возможности и проблемы прогнозирования и планирования	2	4	-	6	-	Д.и./4	-	-	-	-	Лит.	4		устный опрос, реферат деловая игра
Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование	1	4	-	5	-	Дис/4	-	-	-	-	Лит.	6		устный опрос, дискуссия, реферат
Тема 6. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения	2	4	-	6	И.л/2	-	-	-	-	-	Лит.	6	-	устный опрос, реферат
Тема 7. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках	1	2	-	3	-	-	-	-	-	-	Лит.	6	-	устный опрос, реферат, тестовые задания
<b>Итого:</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>-</b>	<b>38</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>34</b>	<b>-</b>	
<b>Катгэкз</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>0,35</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
<b>Экзамен</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>33,65</b>	
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>38</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>0,35</b>	<b>-</b>	<b>34</b>	<b>33,65</b>	<b>108</b>

\*Формы самостоятельной работы и затраты времени студентов на самостоятельное выполнение конкретного содержания учебного задания (контрольной, курсовой, расчетной работы и др.) по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» определены в «Методическом пособии по проведению практических занятий и организации самостоятельной работы» для студентов направления подготовки программы бакалавриата 38.03.06 Торговое дело, профиль Коммерция. (<http://vrgteu.ru>).

Затраты времени на самостоятельное выполнение конкретного содержания учебного задания (контрольной, курсовой, расчетной работы и др.) определяются преподавателем, ведущим занятия по дисциплине, эмпирически.

Сокращения, используемые в тематическом плане изучения дисциплины, таблица 5.4

Таблица 5.4

Сокращение	Вид работы
Лит.	Работа с литературой
Д.и.	Деловая игра
Дис.	Дискуссии
И.л.	Интерактивная лекция
КР	Контрольная работа

## VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» разработаны в соответствии с требованиями Положения «О фонде оценочных средств в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». Оценочные средства хранятся на кафедре, обеспечивающей преподавание данной дисциплины.

Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине «Коммерческая деятельность» представлены в разделе II «Содержание программы учебной дисциплины».

Типовые контрольные задания по дисциплине «Коммерческая деятельность» необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности включают в себя:

**1. Диагностическое тестирование входного контроля уровня подготовки обучающихся или уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин**

**2. Курсовая работа по дисциплине «Коммерческая деятельность» не предусмотрена учебным планом.**

### 3 Вопросы к экзамену

Номер вопроса	Перечень вопросов к экзамену
1.	История возникновения рыночного хозяйства.
2.	Актуальность изучения конъюнктуры рынка.
3.	Преимущества владения конъюнктурной информацией.
4.	Понятие конъюнктуры рынка.
5.	Уровни исследования конъюнктуры рынка: общеэкономический, отраслевой, товарный.
6.	Масштаб изучаемого рынка и состав показателей, характеризующих условия развития рынка.
7.	Спрос, предложение и цена как основные составляющие конъюнктуры рынка.
8.	Основные требования к конъюнктурным исследованиям: целенаправленность, комплексность и систематичность.
9.	Последовательность в анализе конъюнктуры: анализ производства, спроса и предложения, анализ международной торговли, анализ цен.
10.	Оценка величины и структуры текущего действительного спроса и его перспективная оценка.
11.	Основные методы прогнозирования: экстраполяция (аналитическое выравнивание

	временных рядов, скользящие средние, сглаживание статистических данных), экспертные оценки (метод опроса, метод «Дельфи»).
12.	Определение тенденций развития, распространение сложившихся закономерностей на ближайшую перспективу.
13.	Необходимые предпосылки для становления товарного производства. Три крупных общественных разделений труда в обществе, приводящих к становлению рынка.
14	Сущность рыночных отношений (рынка). Субъекты этих отношений.
15	Инфраструктура рынка как форма проявления сути рыночных отношений.
16	Реальные взаимоотношения между продавцом и покупателем в развитых рыночных условиях как отражение сути рыночных отношений.
17	Особенности действия закона планомерного развития в общине и в условиях развитого рынка.
18	Кризис как проявление законно планомерного развития в капиталистически организованном хозяйстве.
19	Роль и функции государства в развитии планомерного характера движения рыночных отношений.
20	Возникновение государственно-монополистического капитализма как форма дальнейшего развития закона планомерного развития в рыночных условиях.
21	Сущность смешанной экономики с позиций планомерности развития рыночных отношений.
22	Укажите основные противоречия государственного регулирования смешанной экономики на современном этапе ее развития на основе госзаказов и целевого планирования.
23	Виды планирования в условиях современного рынка.
24	Прогнозирование в современной экономике: сущность, формы, цели, причины развития.
25	Дайте определение понятиям: предвидение, предсказание, прогноз и план. Цель их использования в рыночных условиях.
26	Директивное и индикативное планирование, их субъекты и сферы применения.
27	Сущность прогноза и цель его составления. Отличие прогноза от плана. Взаимосвязь прогноза и плана.
28	Понятие системы и основные свойства системы. Дерево целей в развитии объекта и системы.
29	Взаимосвязь предвидения, плана и прогноза. Типы прогнозирования.
30	Моделирование в экономике. Основные модели, используемые в экономике.
31	Взаимодействие плана и прогноза на современном этапе развития рыночных отношений.
32	Понятие социальной политики государства, ее виды и цели.
33	Прогнозирование и моделирование развития "рынка труда". Занятость населения как важнейший показатель социальной политики.
34	Сущность "человеческого капитала" и прогнозирование его увеличения в государственной социальной политике.
35	Основные стадии разработки государственных программ развития НТП.
36	Исходные предпосылки составления прогнозов и планов развития НТП в национальной экономике.
37	Роль государства в определении и развитии направлений развития НТП.
38	Экономический потенциал общества: понятие, состав, структура и использование в прогнозах и планах развития национальной экономики.
39	Региональное развитие: особенности, влияние процессов внутри- и межрегионального разделения труда, международной специализации и кооперирования.
40	Особенности современной региональной политики России.
41	Типы планирования, применяемые частными предприятиями. Понятие горизонта планирования деятельности предприятия.

42	Формы внутрифирменного планирования и прогнозирования, используемые частными фирмами.
43	Этапы (стадии) процесса планирования на микроуровне.
44	Методы прогнозирования сбыта на предприятии (в организации).
45	Понятие емкости рынка.
46	Потенциальная и реальная емкости рынка.
47	Оценка конкурентной среды
48	Сущность и методы конкурентного анализа
49	Экономические кризисы: причины, проявления, последствия и пути выхода
50	Методы прогнозирования конъюнктуры рынка
51	Процедура исследования конъюнктуры рынка
52	Прогнозирование, его сущность и методологическая база
53	Взаимосвязь прогнозирования и планирования в рыночной экономике
54	Директивное и индикативное планирование, их субъекты и сферы применения
55	Взаимосвязь регионального планирования с государственным программированием (разработкой и реализацией целевых комплексных программ) и прогнозированием
56	Прогнозирование и регулирование процессов формирования межрегиональных и внешнеэкономических связей
57	Планирование внешнеэкономической деятельности в рамках различных форм межгосударственных объединений (таможенный союз, общий рынок, экономический союз, зоны свободной торговли, оффшорные зоны внутри отдельных государств и др.).
58	Показатели "открытости" национальной экономики
59	Проблемы прогнозирования и планирования развития внешнеэкономических отношений.
60	Субъекты планирования и прогнозирования в сфере внешнеэкономических отношений
61	Сущность и особенности микроэкономического планирования
62	Понятие горизонта планирования и его типы: стратегическое, оперативное (тактическое), долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное
63	Система предплановых прогнозов, система планов, программ и проектов
64	Оценка результатов планирования и корректировка планов на микроуровне
65	Внутрифирменное прогнозирование: виды, принципы, причины использования
66	Государственные целевые программы как форма планомерной организации хозяйственной деятельности частных предприятий и их объединений
67	Понятие горизонта планирования и его типы: стратегическое, оперативное (тактическое), долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное
68	Анализ стратегического потенциала предприятия
69	Анализ тенденций развития факторов макро внешней среды предприятия
70	Анализ тенденций развития рынка и его сегментов
71	Анализ потребителей и потребительских предпочтений
72	Проблемы оценки конкурентоспособности предприятия

Практические задания к экзамену

Номер задачи	Перечень задач к экзамену
1	Задача 1 По результатам маркетинговых исследований реализованный спрос населения региона X в прошедшем году составил 300 млн. руб., а в текущем он возрос еще на 50 млн. руб. Цена за единицу товара X за тот же период снизилась на 10% и составила 300 руб. Эластичен ли спрос на товар X по цене?
2	Задача 2. Оптовое предприятие реализует три вида продукции А, Б, В. Руководство, проведя наблюдение в течении некоторого периода, выявило следующие закономерности: при увеличении цены объемы реализации продукции А не меняются, продукция Б – постепенно уменьшаются, продукции В – резко уменьшаются. При снижении цен объемы реализации продукции А остаются на том же уровне, продукции Б – постепенно увеличиваются, продукции В – резко возрастают. Спрос,

	на какую продукцию эластичен по цене?																																										
3	<p>Задача 3. Определить объем производства и реализации продукции на четвертый квартал в натуральных и стоимостных показателях, а также объем поставки в стоимостном выражении. Используя приведенные в таблице 1 исходные данные.</p> <p>Таблица 1 Исходные данные для расчета</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">Продукция</th> <th rowspan="3">Портфель заказов на поставку в 4 кв., тыс. шт.</th> <th rowspan="3">От-пускная цена, руб.</th> <th colspan="4">Остатки готовой продукции, тыс. шт.</th> </tr> <tr> <th colspan="2">На 01.10</th> <th colspan="2">На конец квартала</th> </tr> <tr> <th>на складе готовой продукции</th> <th>Продукции отгруженной, но не оплаченной</th> <th>на складе готовой продукции</th> <th>Продукции отгруженной, но не оплаченной</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Изд.А</td> <td>135,0</td> <td>247,0</td> <td>3,4</td> <td>6,3</td> <td>4,0</td> <td>4,5</td> </tr> <tr> <td>Изд.Б</td> <td>210,0</td> <td>560,0</td> <td>8,9</td> <td>4,2</td> <td>6,3</td> <td>7,0</td> </tr> <tr> <td>Изд.В</td> <td>2050,0</td> <td>985,0</td> <td>51,8</td> <td>73,0</td> <td>61,5</td> <td>68,0</td> </tr> </tbody> </table>							Продукция	Портфель заказов на поставку в 4 кв., тыс. шт.	От-пускная цена, руб.	Остатки готовой продукции, тыс. шт.				На 01.10		На конец квартала		на складе готовой продукции	Продукции отгруженной, но не оплаченной	на складе готовой продукции	Продукции отгруженной, но не оплаченной	Изд.А	135,0	247,0	3,4	6,3	4,0	4,5	Изд.Б	210,0	560,0	8,9	4,2	6,3	7,0	Изд.В	2050,0	985,0	51,8	73,0	61,5	68,0
Продукция	Портфель заказов на поставку в 4 кв., тыс. шт.	От-пускная цена, руб.	Остатки готовой продукции, тыс. шт.																																								
			На 01.10		На конец квартала																																						
			на складе готовой продукции	Продукции отгруженной, но не оплаченной	на складе готовой продукции	Продукции отгруженной, но не оплаченной																																					
Изд.А	135,0	247,0	3,4	6,3	4,0	4,5																																					
Изд.Б	210,0	560,0	8,9	4,2	6,3	7,0																																					
Изд.В	2050,0	985,0	51,8	73,0	61,5	68,0																																					
4	<p>Задача 4. На планируемый квартал завод заключил договоров и получил заказов на сумму 145млн. руб. Остатки на начало квартала составляют:</p> <p>на складе готовой продукции - 3,6 млн. рублей</p> <p>в товарах отгруженных, но не оплаченных - 2,5 млн. рублей.</p> <p>Норматив запаса готовой продукции составляет 2 млн. руб. В планируемом периоде реализованной считается продукция по факту оплаты, однако, стабильным потребителям и дилерам отгрузка осуществляется под прошедшие через банк потребителя платежные поручения. Удельный вес данной группы потребителей составляет порядка 40% объема поставки. При этом средний срок пробега платежных документов и отсрочки платежа составляет 5 дней. Определить план производства и объем реализации продукции на планируемый квартал.</p>																																										
5	<p>Задача 5. Подшипниковый завод производит широкий ассортимент подшипников. На основании сформированного отделом сбыта портфеля заказов подшипник «А» отгружается вагонами, автомашинами, в контейнерах, с использованием многооборотной тары, а также малой скоростью. Расчетное количество дней, необходимое для отправки данного подшипника каждому потребителю, колеблется от 1 до 15 дней. В таблице 2 приведены данные о программе выпуска подшипника «А» и затратах времени для подготовки его отправки по видам отгрузки.</p> <p>Таблица 2</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Показатели</th> <th>Производство и отгрузка подшипника по видам в 3 квартале тыс. шт.</th> <th>Средневзвешенное количество дней, необходимое для отправки</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Виды отгрузки:</td> <td>21,9</td> <td>6,7</td> </tr> <tr> <td>- вагонами</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- контейнерами</td> <td>48,2</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>- автомашинами</td> <td>30,7</td> <td>3,9</td> </tr> <tr> <td>- малой скоростью</td> <td>98,6</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>- многооборотной тарой</td> <td>1,9,6</td> <td>1,5</td> </tr> <tr> <td>Всего:</td> <td>219,0</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Примечание:  Оптовая цена подшипника «А» за одну штуку составляет 150 рублей  Определить величину запаса подшипника на складе готовой продукции в днях, штуках, рублях.</p>							Показатели	Производство и отгрузка подшипника по видам в 3 квартале тыс. шт.	Средневзвешенное количество дней, необходимое для отправки	Виды отгрузки:	21,9	6,7	- вагонами			- контейнерами	48,2	2,0	- автомашинами	30,7	3,9	- малой скоростью	98,6	1,0	- многооборотной тарой	1,9,6	1,5	Всего:	219,0													
Показатели	Производство и отгрузка подшипника по видам в 3 квартале тыс. шт.	Средневзвешенное количество дней, необходимое для отправки																																									
Виды отгрузки:	21,9	6,7																																									
- вагонами																																											
- контейнерами	48,2	2,0																																									
- автомашинами	30,7	3,9																																									
- малой скоростью	98,6	1,0																																									
- многооборотной тарой	1,9,6	1,5																																									
Всего:	219,0																																										
6	<p>Задача 6. Определить оптимальную величину серии выпускаемой продукции и среднегодового запаса, соответствующих минимальным суммарным издержкам по складированию продукции и подготовке производства.</p> <p>Исходные данные:</p>																																										



	<p>1. Возможный выпуск товара «А» за год составляет 264 тыс. штук.  2. Объем реализации за год - 60 тыс. штук  3. Средние переменные издержки - 20 дол.  4. Издержки по подготовке производства на каждую серию - 3200 дол.  5. Издержки по складированию готовой продукции составляют 22% от стоимости среднегодового запаса.</p>																				
7	<p>Задача 7. Рассчитайте необходимое количество рабочих мест контролеров-кассиров для проектируемого магазина «Универмаг» с торговой площадью 1200 кв. м на основании следующих данных: площадь торгового зала, приходящаяся на одного покупателя согласно СНиП – 2,5 кв. м; среднее время расчета с одним покупателем – 40 сек.; коэффициент использования рабочего времени кассира – 0,9.</p>																				
8	<p>Задача 8. Определить оптимальные параметры поставок материалов (сырья) одного вида (оптимальный размер одной поставки, средний текущий запас, точку заказа, интервал между поставками, число поставок, минимальные годовые затраты) при соблюдении сроков поставки по исходным данным. Сделать выводы.  Исходные данные:  Годовая потребность в материалах = 1200 шт.  Стоимость хранения единицы материала в месяц = 280 ден. ед.  Стоимость заказа и доставки одной партии, в т.ч. НДС = 420 ден. ед.  Время доставки материала от поставщика = 25 дней.</p>																				
9	<p>Задача 9. Компания «А», занимающаяся реализацией продуктов питания, решила приобрести склад для расширения рынка сбыта на юго-востоке Москвы. Она предполагает, что годовой грузооборот склада должен составить 16 тыс. т при среднем сроке хранения груза 25 дней. Определить необходимую емкость склада.</p>																				
10	<p>Задача 10. Оцените эффективность использования площади торгового зала продовольственного магазина на основании следующих данных:  площадь торгового зала – 200 кв. м,  площадь выкладки товаров – 120 кв. м,  площадь, занятая под оборудованием, – 50 кв. м.  При необходимости разработайте рекомендации по повышению эффективности использования площади торгового зала магазина.</p>																				
11	<p>Задача 11. Выберите для внедрения систему распределения из трех предлагаемых, если для каждой из систем известны значения по следующим параметрам:</p> <table border="1" data-bbox="256 1126 1262 1346"> <thead> <tr> <th>Показатель</th> <th>Система 1</th> <th>Система 2</th> <th>Система 3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Годовые эксплуатационные затраты, у.е.</td> <td>7050</td> <td>9020</td> <td>6100</td> </tr> <tr> <td>Годовые транспортные затраты, у.е.</td> <td>3500</td> <td>4850</td> <td>7040</td> </tr> <tr> <td>Единовременные затраты, у.е.</td> <td>50000</td> <td>60000</td> <td>40000</td> </tr> <tr> <td>Срок окупаемости системы, лет</td> <td>5,2</td> <td>5,5</td> <td>4,9</td> </tr> </tbody> </table>	Показатель	Система 1	Система 2	Система 3	Годовые эксплуатационные затраты, у.е.	7050	9020	6100	Годовые транспортные затраты, у.е.	3500	4850	7040	Единовременные затраты, у.е.	50000	60000	40000	Срок окупаемости системы, лет	5,2	5,5	4,9
Показатель	Система 1	Система 2	Система 3																		
Годовые эксплуатационные затраты, у.е.	7050	9020	6100																		
Годовые транспортные затраты, у.е.	3500	4850	7040																		
Единовременные затраты, у.е.	50000	60000	40000																		
Срок окупаемости системы, лет	5,2	5,5	4,9																		
12	<p>Задача 12. Фирма-дистрибьютор получает товары от большого количества поставщиков и рассылает их покупателям по почте.  Циклическое изменение потребности в складских площадях постоянно и составляет в течение года:  I квартал – 60 000 кв.м,  II квартал – 100 000 кв.м,  III квартал – 120 000 кв.м,  IV квартал – 100 000 кв.м.  При строительстве собственного склада постоянные издержки составляют 600 000 долл., а переменные – 10 долл./кв. м. Издержки на эксплуатацию составляют 0,1 долл./кв. м в год. При аренде общественного склада плата составляет 0,95 долл./кв. м. Определить, нужно ли строить собственный склад при сроке эксплуатации 20 лет? Если да, то какой площади – 60 000 кв.м, 100 000 кв.м или 120 000 кв.м (с дополнительной арендой общественных складов или с недогрузкой собственного склада)? Расчет оформить в виде таблицы.</p>																				
13	<p>Задача 13. Рассчитайте потребность в электропогрузчиках для склада на основании следующих данных:  годовой грузооборот склада – 68800 т;  электропогрузчиками обрабатывается 90% грузооборота;  склад работает в одну смену (продолжительность смены – 10 часов);  эксплуатационная производительность электропогрузчика – 11000 кг/час;  коэффициент неравномерности грузооборота – 1,2;  количество нерабочих дней в году – 105.</p>																				
14	<p>Задача 14. Предприятие продает 8000 штук изделий по цене 30 руб. за единицу. Переменные затра-</p>																				

	ты составляют 15 руб. в расчете на единицу продукции. Постоянные расходы предприятия – 60000 руб. Предприятие имеет свободные производственные мощности. Потенциальный покупатель желает приобрести 500 ед. изделий по цене 21 руб. за единицу. Следует ли предприятию принимать дополнительный заказ по пониженной цене?
15	Задача 15. Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных: Товарооборот- 485676 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 441479 тыс.руб. Издержки обращения –12142 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.
16	Задача 16. Определить объем валовой прибыли предприятия, рентабельность хозяйственной деятельности, на основе следующих данных: Товарооборот- 375676 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 341479 тыс.руб. Издержки обращения – 2142 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.
17	Задача 17. Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных: Товарооборот- 585676 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 521479 тыс.руб. Издержки обращения – 842 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.
18	Задача 18. Определить объем валового дохода и чистой прибыли на основе следующих данных: Товарооборот- 285676 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 241479 тыс.руб. Издержки обращения – 742 тыс.руб.
19	Задача 19. Определить объем издержек обращения предприятия на основе следующих показателей: Товарооборот – 593638 тыс.руб. Себестоимость - 555312 Валовой доход – 38326 тыс.руб. Прибыль от продаж – 18326 тыс.руб.
20	Задача 20. Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных: Товарооборот- 355476 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 311079 тыс.руб. Издержки обращения –944 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.
21	Задача 21. Определить объем чистой прибыли на основе следующих данных: Товарооборот- 593638тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 555312 тыс.руб. Валовой доход –38326тыс.руб. Проценты к получению – 388 тыс.руб. Проценты к оплате – 1182 тыс.руб. Прочие доходы – 8891 тыс.руб. Прочие расходы – 15676 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.
22	Задача 22. Определить рентабельность коммерческой деятельности на основе следующих данных: Товарооборот- 493638тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 455312 тыс.руб. Проценты к получению – 288 тыс.руб. Проценты к оплате – 982 тыс.руб. Прочие доходы – 3891 тыс.руб. Прочие расходы – 5676 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.
23	Задача 23 Определить объем чистой прибыли на основе следующих данных: Товарооборот- 693638тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 605312 тыс.руб. Прочие доходы – 9891 тыс.руб. Прочие расходы – 10676 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.
24	Задача 24 Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных: Товарооборот- 5768 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 4163 тыс.руб. Управленческие расходы –142 тыс.руб.

	Примечание налог на прибыль составляет 20%.
25	Задача 25. Определить объем валовой прибыли предприятия и чистой прибыли на основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 5103тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 4227 тыс.руб. Издержки обращения –802 тыс.руб. Прочие расходы. – 39 тыс.руб. Прочие доходы – 29 тыс.руб.
26	Задача 26. Определить объем валовой прибыли предприятия и чистой прибыли на основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 6203тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 5237 тыс.руб. Издержки обращения – 912 тыс.руб. Прочие расходы. – 53 тыс.руб. Прочие доходы – 49 тыс.руб.
27	Задача 27. Определить рентабельность коммерческой деятельности на основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 6203тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 5237 тыс.руб. Издержки обращения – 912 тыс.руб. Прочие расходы. – 53 тыс.руб. Прочие доходы – 49 тыс.руб.
28	Задача 28. Определить объем валовой прибыли предприятия и чистой прибыли на основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 7303тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 6225 тыс.руб. Коммерческие расходы – 512 тыс.руб. Управленческие расходы – 387 тыс.руб. Прочие расходы. – 53 тыс.руб. Прочие доходы – 49 тыс.руб.
29	Задача 29. Определить объем чистой прибыли и рентабельности на основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 8426 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 7315 тыс.руб. Коммерческие расходы – 600 тыс.руб. Управленческие расходы – 306 тыс.руб. Прочие расходы. – 64 тыс.руб. Прочие доходы – 51 тыс.руб.
30	Задача 30. Определить объем прибыли от продаж, на основе следующих данных: Товарооборот- 9425 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 8314 тыс.руб. Коммерческие расходы – 500 тыс.руб. Управленческие расходы – 400 тыс.руб.
31	Задача 31. Определить рентабельность коммерческой деятельности на основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 9293тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 5237 тыс.руб. Издержки обращения – 912 тыс.руб. Прочие расходы. – 24 тыс.руб. Прочие доходы – 32 тыс.руб.
32	Задача 32. Определить объем валовой прибыли предприятия и чистой прибыли на основе следующих данных (налог на прибыль -20%): Товарооборот- 8392тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 5225 тыс.руб. Коммерческие расходы – 802 тыс.руб. Управленческие расходы – 497 тыс.руб.
33	Задача 33. Определить объем валовой прибыли предприятия и прибыли от продаж, на основе следующих данных: Товарооборот- 10392тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 5005 тыс.руб. Коммерческие расходы – 1014 тыс.руб. Управленческие расходы – 907 тыс.руб.
34	Задача 34. Определить объем прибыли от продаж, на основе следующих данных: Товарооборот- 11492тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 6113 тыс.руб.

	Коммерческие расходы – 1103 тыс.руб. Управленческие расходы – 717 тыс.руб. Прочие расходы. – 104 тыс.руб. Прочие доходы – 92 тыс.руб.
35	Задача 35. Определить объем чистой прибыли, на основе следующих данных: Товарооборот- 15582тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 7723 тыс.руб. Коммерческие расходы – 1028 тыс.руб. Управленческие расходы – 825 тыс.руб. Прочие расходы. – 527 тыс.руб. Прочие доходы – 678 тыс.руб. Налог – 20%
36.	Задача 36. Определить рентабельность коммерческой деятельности, на основе следующих данных: Товарооборот- 25692тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 18613 тыс.руб. Коммерческие расходы – 1101 тыс.руб. Управленческие расходы – 934 тыс.руб. Прочие расходы. – 401 тыс.руб. Прочие доходы – 329 тыс.руб. Налог – 20%

Пример экзаменационного билета по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» представлен в Приложении А к рабочей программе дисциплины.

#### **4 Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям**

##### **Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления.**

###### Вопросы для самопроверки:

1. Взаимосвязь регионального планирования с государственным программированием (разработкой и реализацией целевых комплексных программ) и прогнозированием.
2. Влияние географического положения, природно-ресурсного потенциала и положения региона в системе межрегионального и международного разделения труда на процесс формирования региональных планов и прогнозов.
3. Прогнозирование и регулирование процессов формирования межрегиональных и внешнеэкономических связей.
4. Цели и задачи общегосударственного и регионального уровня управления региональным развитием.
5. Долгосрочные планы развития регионов в контексте новых концепций регионального развития.
6. Зарубежный опыт планирования и программирования регионального развития в условиях рынка.

###### Вопросы для обсуждения

1. Что объединяет и в чем различие понятий: план, прогноз, предвидение, предсказание.
2. Директивное и индикативное планирование, их субъекты и сферы применения.
3. Что приводит к повышению рисков в экономической деятельности макроэкономических субъектов?
4. Что изучает наука прогностика в современном рынке? Зачем нужно что-то прогнозировать? Какова основная цель прогнозирования?
5. Понятие социальной политики государства, ее виды и цели. Что отличает активную социальную политику государства от пассивной?

###### Темы рефератов

1. Экономические кризисы: причины, проявления, последствия и пути выхода.
2. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка
3. Процедура исследования конъюнктуры рынка.

###### Вопросы к коллоквиуму

1. Прогнозирование, его сущность и методологическая база.
2. Взаимосвязь прогнозирования и планирования в рыночной экономике.
3. Что объединяет и в чем различие понятий: план, прогноз, предвидение, предсказание.
4. Директивное и индикативное планирование, их субъекты и сферы применения.

5. Что изучает наука прогностика в современном рынке? Зачем нужно что-то прогнозировать? Какова основная цель прогнозирования?
6. Основные стадии разработки государственных программ развития НТП.
7. Роль государства в определении и развитии направлений развития НТП. Достаточно ли государству поддерживать только разработку различных инновационных направлений и открытий?
8. Взаимосвязь регионального планирования с государственным программированием (разработкой и реализацией целевых комплексных программ) и прогнозированием.
9. Прогнозирование и регулирование процессов формирования межрегиональных и внешнеэкономических связей.

*Дискуссия по теме «Предпосылки составления прогнозов и планов развития НТП в национальной экономике».*

## **5 Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены**

### **6 Типовые задания к интерактивным занятиям**

#### **Тема 4. Внешнеэкономические отношения: возможности и проблемы прогнозирования и планирования**

##### Деловая игра

Деловая игра "Мозговой штурм" - продуктивный способ выдвижения новых идей. Этот метод развивает мыслительные процессы, способность абстрагироваться от объективных условий и существующих ограничений, умение сосредоточиться на какой-либо узкой актуальной цели и т.д.

Порядок проведения деловой игры

1. Постановка проблемы. **Большинство изобретений не находят своего применения, а применяемые внедряются через 10-20 лет. Как изменить ситуацию?**

Обоснование задачи для поиска решения. Определение условий коллективной работы, выдача студентам правил поиска решения и поведения в процессе "мозговой атаки". Формирование нескольких рабочих групп по 3-5 человек и экспертной группы, обязанностью которой будут разработка критериев, оценка и отбор наилучших идей. Время -10 мин.

2. Разминка.

Упражнения в быстром поиске ответов на поставленные вопросы. Задача этого этапа - помочь студентам максимально освободиться от воздействия психологических барьеров (неловкости, стеснительности, замкнутости, скованности и т.п.).

Возможные общие темы для обсуждения на данном этапе:

- Действительно ли мужчины способнее женщин в управленческой деятельности? Объясните, почему возникло такое мнение. (Приведите максимум примеров.)

- Какое применение можно найти для женской пудреницы? (Дайте максимум идей.) и др.

Время -15-20 мин.

3. "Мозговая атака" - поставленной проблемы.

Предварительно еще раз уточняется задача, напоминаются правила поведения в ходе игры. Генерирование идей начинается по сигналу преподавателя одновременно во всех студенческих рабочих группах. К каждой группе прикрепляется эксперт из числа студентов, задача которого фиксировать на бумаге выдвигаемые идеи. Время -10-15 мин.

4. Оценка и подбор наилучших идей.

Пока эксперты на основе избранных критериев отбирают идеи, рабочие группы отдыхают. Время -10-15 мин.

5. Сообщение о результатах "мозговой атаки".

Обсуждение итогов работы, оценка наилучших идей, их обоснование и публичная защита. Принятие коллективного решения.

#### **Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование**

Дискуссия по теме «Особенности планомерной организации деятельности предприятий и фирм в составе финансово-промышленной группы, транснациональных компаний (ТНК), внутриотраслевых и межотраслевых комплексов, включая территориально-производственные комплексы (ТПК)».

### 7. Примеры тестов для контроля знаний

#### 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.

## VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» представлены в нормативно-методических документах:

Положение об интерактивных формах обучения (<http://www.rea.ru>)

Положение об организации самостоятельной работы студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение об учебно-исследовательской работе студентов (<http://www.rea.ru>)

Организация деятельности студента по видам учебных занятий по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» представлена в таблице 7.1:

Таблица 7.1

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические (семинар-	Проработка рабочей программ, уделяя особое внимание целям и

ские занятия)	задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.) Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Интерактивная лекция	требует от участников активного участия и постоянной обработки информации. Интерактивная лекция объединяет в себе аспекты традиционной лекции и тренинговой игры. Передача информации может осуществляться в проблемно-поисковой форме.
Реферат	Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомление со структурой и оформлением реферата
Устные ответы	Ответы на устные вопросы при текущем контроле. Выступление студента при ответе на поставленный вопрос является основной формой контроля и оценки его успеваемости. Когда контроль проводится в форме устного выступления, от студента требуется умение в сжатые сроки подготовить свой ответ, убедительно выступить и правильно ответить на дополнительные вопросы.
Деловая игра	Метод имитации (подражания, изображения) принятия решений руководящими работниками или специалистами в различных производственных ситуациях (в учебном процессе – в искусственно созданных ситуациях), осуществляемый по заданным правилам группой людей в диалоговом режиме. Деловые игры применяются в качестве средства активного обучения экономике, бизнесу, познания норм поведения, освоения процессов принятия решения
Дискуссия	Форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение о проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или реферата по предложенной тематике
Тестовое задание	Минимальная составляющая единица теста, которая состоит из условия (вопроса) и, в зависимости от типа задания, может содержать или не содержать набор ответов для выбора (может использоваться как промежуточный контроль по любой теме).

## **VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В.Плеханова» распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы студента, осуществляется следующим образом, таблица 8.1:

Таблица 8.1

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий и рубежный контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен)	40
Итого	100

Результаты входного контроля уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных

дисциплин не формируют рейтинговую оценку работы обучающегося по дисциплине, критерии оценки входного контроля представлены в оценочных и методических материалах к дисциплине.

Расчет баллов по результатам текущего контроля в 7 семестре представлен в таблице 8.2:

Таблица 8.2

Форма контроля	Наименование раздела (темы), выносимых на контроль	Форма проведения контроля	Количество баллов, максимально
Текущий контроль	Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей	<i>устный опрос</i>	0,5
		<i>реферат</i>	1
		<i>дискуссия</i>	1,5
		<i>Итого</i>	3
	Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка	<i>устный опрос</i>	0,5
		<i>реферат</i>	1
		<i>дискуссия</i>	1,5
		<i>Итого</i>	3
	Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления.	<i>устный опрос</i>	0,5
		<i>реферат</i>	1
		<i>дискуссия</i>	1,5
		<i>Итого</i>	3
	Тема 4. Внешнеэкономические отношения: возможности и проблемы прогнозирования и планирования	<i>устный опрос</i>	0,5
		<i>реферат</i>	1
		<i>деловая игра</i>	1,5
		<i>Итого</i>	3
	Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование	<i>устный опрос</i>	0,5
		<i>реферат</i>	1
		<i>дискуссия</i>	1,5
		<i>Итого</i>	3
	Тема 6. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения	<i>устный опрос</i>	0,5
		<i>реферат</i>	1,5
		<i>Итого</i>	2
	Тема 7. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках	<i>устный опрос</i>	0,5
		<i>реферат</i>	1
		<i>тестовые задания</i>	1,5
		<i>Итого</i>	3
	Всего за 7 семестр		

### 3) Критерии оценки заданий к практическим (семинарским)

Устный опрос – 0,5 балла.

**0,5 балл** выставляется студенту, если он свободно отвечает на теоретические вопросы и показывает глубокие знания изученного материала.

**0,4 балла** выставляется студенту, если его ответы на теоретические вопросы не достаточно полные, имеются ошибки при ответах на дополнительные вопросы.

**0,3 балла** выставляется студенту, если он отвечает на 50% задаваемых вопросов и частично раскрывает содержание дополнительных вопросов.

**0,2 балла** выставляется студенту, если он теоретическое содержание курса освоил частично или отсутствует ориентация в излагаемом материале, нет ответов за задаваемые дополнительные вопросы.

Тестирование – 1,5 балла.

**1,5 балл** выставляется студенту при условии его правильных ответов не менее чем на 90% тестовых заданий.



**1 балл** выставляется студенту при условии его правильных ответов в интервале 70-89%.  
**0,5 балла** выставляется студенту при условии его правильных ответов в интервале 50-69%.

**0,2 балла** выставляется студенту при условии его правильных ответов в интервале 40-49%  
Реферат (эссе) – 1 балл.

**1 балл** выставляется студенту, если выполнены требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована ее актуальность, приводится анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, соблюдены требования к оформлению работы.

**0,5 балла** выставляется студенту, если основные требования к реферату выполнены, но есть недочеты. В частности, имеются недочеты в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждении, имеются упущения в оформлении презентации.

**0,3 балла** выставляется студенту, если имеются существенные отклонения от требований к написанию реферата, тема раскрыта частично, отсутствуют выводы.

Дискуссия – 1,5 балла.

**1,5 балл** выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, а ответ на него является исчерпывающим, т.е. охватывает все его существенные аспекты, в нем полно отражена относящаяся к вопросу законодательная и нормативно-правовая база,

**1 балла** выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, раскрывает основные понятия, относящиеся к предмету вопроса, но в ответе не полно отражена законодательная и нормативно-правовая база,

**0,5 балла** выставляется студенту, если он понимает суть вопроса, но не полно, не точно описывает предмет вопроса, а также отдельные основные понятия, относящиеся к области обсуждения, или в ответе присутствуют отдельные ошибочные положения, нечеткие формулировки,

Деловая игра – 1,5 балла.

**1,5 балла** выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, а ответ на него является исчерпывающим, т.е. охватывает все его существенные аспекты, в нем полно отражена относящаяся к вопросу законодательная и нормативно-правовая база,

**1 балла** выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, раскрывает основные понятия, относящиеся к предмету вопроса, но в ответе не полно отражена законодательная и нормативно-правовая база,

**0,5 балла** выставляется студенту, если он понимает суть вопроса, но не полно, не точно описывает предмет вопроса, а также отдельные основные понятия, относящиеся к области обсуждения, или в ответе присутствуют отдельные ошибочные положения, нечеткие формулировки,

**0,2 балла** ответ является неправильным в целом или содержит в основном ошибочные положения, не отражает суть обсуждения.

### **Критерии оценки творческого рейтинга**

Распределение баллов осуществляется по решению кафедры и результат распределения баллов за соответствующие виды работ представляется в виде следующей таблицы

Вид работы по разделу (теме) дисциплины	Количество баллов, максимум
Разработка презентации по теме дисциплины	10
Участие в конференции, опубликование статьи	10
Итого	<b>20</b>

### **Критерии оценки промежуточной аттестации**

**Экзамен** по результатам изучения дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» в 7 семестре проводится по экзаменационным билетам, включающим 2 два теоретических вопроса и 1 практическое задание, что соответствует **40 баллам**. Оценка по результатам экзамена выставляется по следующим критериям:

- правильный ответ на **первый вопрос – 15 баллов;**
- правильный ответ на **второй вопрос- 15 баллов;**

-правильное выполнено практическое задание– **10 баллов.**

**Итоговый балл** формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией в течение семестра. Для обучающихся очной формы применяется 100-балльная оценка знаний, для обучающихся заочной формы обучения – традиционная четырехбалльная система оценки знаний.

**Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания**

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки	Формируемые компетенции (индикаторы компетенций)	Критерии оценивания
85 – 100 баллов	«отлично» «зачтено»	ПК-3	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> методы анализа маркетинговой информации; методы изучения и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию</p> <p><b>Владеет навыками верно и в полном объеме:</b> методами анализа и прогнозирования и конъюнктуры товарных рынков</p>
		ПК-9	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> цели, задачи, принципы, методы анализа, оценки, разработки стратегии организации на основе анализа конъюнктуры товарных рынков</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> анализировать, оценивать, разрабатывать стратегии организации исходя из конъюнктуры рынка</p> <p><b>Владеет навыками верно и в полном объеме:</b> владеть навыками анализа и разработки стратегии организации на основе сложившейся конъюнктуры рынка</p>
		ПК-14	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> методы прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> составить прогноз развития рынка</p> <p><b>Владеет навыками верно и в полном объеме:</b> навыками прогнозирования продаж и прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков.</p>
70 – 84 баллов	«хорошо» «зачтено»	ПК-3	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> методы анализа маркетинговой информации; методы изучения и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию</p> <p><b>Владеет навыками с незначительными замечаниями:</b> методами анализа и прогнозирования и</p>

			конъюнктуры товарных рынков
		ПК-9	<b>Знает с незначительными замечаниями:</b> цели, задачи, принципы, методы анализа, оценки, разработки стратегии организации на основе анализа конъюнктуры товарных рынков <b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> анализировать, оценивать, разрабатывать стратегии организации исходя из конъюнктуры рынка <b>Владеет навыками с незначительными замечаниями:</b> владеть навыками анализа и разработки стратегии организации на основе сложившейся конъюнктуры рынка
		ПК-14	<b>Знает с незначительными замечаниями:</b> методы прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков <b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> составить прогноз развития рынка <b>Владеет навыками с незначительными замечаниями:</b> навыками прогнозирования продаж и прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков.
50 – 69 баллов	«удовлетворительно» «зачтено»	ПК-3	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> методы анализа маркетинговой информации; методы изучения и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков <b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию <b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> методами анализа и прогнозирования и конъюнктуры товарных рынков
		ПК-9	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> цели, задачи, принципы, методы анализа, оценки, разработки стратегии организации на основе анализа конъюнктуры товарных рынков <b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> анализировать, оценивать, разрабатывать стратегии организации исходя из конъюнктуры рынка <b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> владеть навыками анализа и разработки стратегии организации на основе сложившейся конъюнктуры рынка
		ПК-14	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> методы прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков <b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> составить прогноз развития рынка <b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками прогнозирования продаж и прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков.
менее 50	«неудовлетвори-	ПК-3	<b>Не знает на базовом уровне:</b> методы анализа

баллов	тельно» «не зачтено»		маркетинговой информации; методы изучения и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков <b>Не умеет на базовом уровне:</b> определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию <b>Не владеет на базовом уровне:</b> методами анализа и прогнозирования и конъюнктуры товарных рынков
		ПК-9	<b>Не знает на базовом уровне:</b> цели, задачи, принципы, методы анализа, оценки, разработки стратегии организации на основе анализа конъюнктуры товарных рынков <b>Не умеет на базовом уровне:</b> анализировать, оценивать, разрабатывать стратегии организации исходя из конъюнктуры рынка <b>Не владеет на базовом уровне:</b> владеть навыками анализа и разработки стратегии организации на основе сложившейся конъюнктуры рынка
		ПК-14	<b>Не знает на базовом уровне:</b> методы прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков <b>Не умеет на базовом уровне:</b> составить прогноз развития рынка <b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками прогнозирования продаж и прогнозирования развития конъюнктуры товарных рынков.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

1. Рабочая программа по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендована к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания, протокол от 17.03.2020 № 8

И.о. зав. кафедрой



Е.Н. Губа

Согласовано на заседании УМС Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, протокол от 19.03.2020 № 7

Председатель



Г.Л. Авагян

Утверждено советом Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, протокол 26.03.2020 № 11

Председатель



А.В. Петровская

2. Рабочая программа с внесенными дополнениями и изменениями рекомендована к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания протокол от 17.02.2022 № 7

Заведующий кафедрой



Е.Н. Губа

Согласовано на заседании УМС Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова протокол от 17.02.2022 № 4

Председатель

Э.Г. Баладыга

Утверждено советом Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова протокол от 24.02.2022 № 10

Председатель



А.В. Петровская



## Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

## Карта обеспеченности дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами

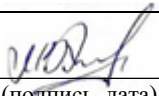
Кафедра торговли и общественного питания

ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) Коммерция

Уровень подготовки Бакалавриат

№ п/п	Наименование, автор	Выходные данные	Количество печатных экземпляров (шт.)	Наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС	Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.)	Численность студентов (чел)	Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1(при наличии в ЭБС); или =(столбец4/столбец7) (при отсутствии в ЭБС)
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Основная литература</b>							
1	Бабич Т.Н. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Т.Н. Бабич, И.А. Козьева, Ю.В. Вертакова, Э.Н. Кузьбожев.	М.: ИНФРА-М, 2018. - 336 с.: <a href="https://znanium.com/read?id=303895">https://znanium.com/read?id=303895</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
2	Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Л.Е. Басовский.	М.: ИНФРА-М, 2019. - 260 с.: <a href="https://znanium.com/read?id=335699">https://znanium.com/read?id=335699</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
3	Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский	М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2020. - 392 с.: <a href="https://znanium.com/read?id=354450">https://znanium.com/read?id=354450</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
<b>Всего</b>				3			1,0
<b>Дополнительная литература</b>							
1	Клинов, В.Г. Прогнозирование долгосрочных тенденций в развитии мирового хозяйства: Учебное пособие / В.Г. Клинов.	Издательство: <u>Магистр</u> 2019. - 142 с. - <a href="https://znanium.com/read?id=354378">https://znanium.com/read?id=354378</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
2	Лебедева О.А. Маркетинговые исследования рынка: Учебник / О.А. Лебедева	М.: Форум, 2013. - 192 с.: <a href="https://znanium.com/read?id=296728">https://znanium.com/read?id=296728</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
3	Памбухчиянц О.В. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник для бакалавров / Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В., - 2-е изд., перераб. и доп.	М.: Дашков и К, 2018. - 400 с.: . - ISBN 978-5-394-02531-0 - Режим доступа: <a href="https://znanium.com/bookread2">https://znanium.com/bookread2</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1

		<a href="#">.php?book=329767</a>					
4	Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г.	М.: Дашков и К, 2017. - 500 с.: - Режим доступа: <a href="https://znanium.com/read?id=94344">https://znanium.com/read?id=94344</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
5	Кобелева И.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций: Учебное пособие / И.В. Кобелева, Н.С. Ивашина	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 292 с. - <a href="https://znanium.com/read?id=339635">https://znanium.com/read?id=339635</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
<b>Всего</b>				5			1,0

Преподаватель  З.Х. Моламусов  
(подпись, дата)

И. о. зав. кафедрой  Е.Н. Губа  
(подпись, дата)

СОГЛАСОВАНО

Библиотекарь  Н.И. Криво

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ

**Кафедра торговли и общественного питания**

Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»  
Направленность (профиль) «Коммерция»

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**  
**по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков»**

1.	Понятие конъюнктуры рынка
2.	Методы прогнозирования сбыта на предприятии
3.	Задание 1

Преподаватель, к.э.н, доцент

\_\_\_\_\_

(подпись)

З.Х. Моламусов

И.о. Зав.кафедрой, к.т.н., доцент

\_\_\_\_\_

(подпись)

Е.Н. Губа

Утверждено на заседании кафедры Протокол от «02» 09. 2020 г., протокол № 2