

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 29.08.2025 13:26:16

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac3a110c6c5f99

### Приложение 3

к основной профессиональной образовательной программе  
по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело»  
направленность (профиль) программы  
«Торговый менеджмент и маркетинг  
(во внутренней и внешней торговле)»

**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**

**Факультет экономики, менеджмента и торговли**

**Кафедра торговли и общественного питания**

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.12 Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков**

**Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело**

**Направленность (профиль) программы**

**Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)**

**Уровень высшего образования Бакалавриат**

**Год начала подготовки 2023**

Краснодар – 2022г.

Составитель:

к.э.н., доцент, доцент кафедры  
торговли и общественного  
питания

З.Х. Моламусов

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры торговли и общественного  
питания

протокол № 7 от «17» февраля 2022 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....</b>                                                                                                                | <b>4</b>  |
| Цель и задачи освоения дисциплины.....                                                                                                                           | 4         |
| Место дисциплины в структуре образовательной программы.....                                                                                                      | 4         |
| Объем дисциплины и виды учебной работы.....                                                                                                                      | 5         |
| Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.....                                                                                                     | 6         |
| <b>II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>                                                                                                                            | <b>7</b>  |
| <b>III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ<br/>ОБЕСПЕЧЕНИЕ<br/>ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>                                                                    | <b>21</b> |
| РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....                                                                                                                                    | 21        |
| ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.....                                                                                                                    | 21        |
| ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ.....                                                                                                                        | 22        |
| ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ<br>"ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....                                                | 22        |
| ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ<br>ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ,<br>ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ..... | 23        |
| МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....                                                                                                              | 23        |
| <b>IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ<br/>ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>                                                                                 | <b>24</b> |
| <b>V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ<br/>ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ<br/>ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....</b>                 | <b>24</b> |
| <b>VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И<br/>ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....</b>                                                              | <b>24</b> |
| <b>АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>                                                                                                             | <b>34</b> |

## **I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

### **Цель и задачи освоения 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

**Задачами** учебной дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» являются:

- анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг (ПК-3.3);
- обработка полученных данных, и подготовка отчета по результатам маркетинговых исследований (ПК-4.1);
- формирование предложения по совершенствованию товарной политики (ПК-4.2);
- формирование предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж (ПК-4.4).

### **Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков», относится к части учебного плана формируемая участниками образовательных отношений.

## Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

| Показатели объема дисциплины *                                                                    | Всего часов по формам обучения |              |          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------|----------|
|                                                                                                   | очная                          | очно-заочная | заочная* |
| Объем дисциплины в зачетных единицах                                                              | 4 ЗЕТ                          |              |          |
| Объем дисциплины в акад. часах                                                                    | 144                            |              |          |
| Промежуточная аттестация:<br>форма                                                                | Экзамен                        | Экзамен      | -        |
| <b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего:</b>                     | 40                             | 30           | -        |
| 1. Аудиторная работа (Ауд.), акад. часов<br>всего, в том числе:                                   | 36                             | 26           | -        |
| - лекции                                                                                          | 12                             | 10           | -        |
| - практические занятия                                                                            | 24                             | 16           | -        |
| - лабораторные занятия                                                                            | -                              | -            | -        |
| в том числе практическая подготовка                                                               | -                              | -            | -        |
| 2. Индивидуальные консультации (ИК)                                                               | -                              | -            | -        |
| 3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)                                           | -                              | -            | -        |
| 4. Консультация перед экзаменом (КЭ)                                                              | 2                              | 2            | -        |
| 5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк) | 2                              | 2            | -        |
| <b>Самостоятельная работа (СР), всего:</b>                                                        | 104                            | 114          | -        |
| в том числе:                                                                                      |                                |              |          |
| • самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)                                              | 32                             | 32           |          |
| • самостоятельная работа в семестре (СРс)                                                         | 72                             | 82           | -        |
| в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу                                            | -                              | -            | -        |
| • изучение ЭОР (при наличии)                                                                      | -                              | -            | -        |
| • изучение онлайн-курса или его части                                                             | -                              | -            | -        |
| • выполнение индивидуального или группового проекта                                               | -                              | -            | -        |

## Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

| Формируемые компетенции<br>(код и наименование компетенции)                                             | Индикаторы достижения компетенций<br>(код и наименование индикатора)                              | Результаты обучения<br>(знания, умения)                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования.                        | ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг.                                            | ПК-3.3. З-1. <i>Знает</i> методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов<br>ПК-3.3. У-1. <i>Умеет</i> анализировать текущую рыночную конъюнктуру |
| ПК-4. Готов к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | ПК-4.1. Обрабатывает полученные данные и готовит отчеты по результатам маркетинговых исследований | ПК-4.1 З-1. <i>Знает</i> методы проведения маркетингового исследования                                                                                                                    |
|                                                                                                         | ПК-4.2. Формирует предложения по совершенствованию товарной политики                              | ПК-4.2 З-1. <i>Знает</i> особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг                                                                                             |
|                                                                                                         | ПК-4.4. Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж                          | ПК-4.4 У-1. <i>Умеет</i> использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков                                                                                                     |

## II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций студентов очной формы обучения

Таблица 3

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины | Трудоемкость, академические часы |                      |                      |                         |                 |       | Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения | Учебные задания для аудиторных занятий | Текущий контроль | Задания для творческого рейтинга |
|-------|---------------------------------------|----------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|-----------------|-------|-----------------------------------|---------------------|----------------------------------------|------------------|----------------------------------|
|       |                                       | Лекции                           | Практические занятия | Лабораторные занятия | Практическая подготовка | Самостоятельная | Всего |                                   |                     |                                        |                  |                                  |
|       |                                       |                                  |                      |                      |                         |                 |       |                                   |                     |                                        |                  |                                  |
|       | Семестр 7                             |                                  |                      |                      |                         |                 |       |                                   |                     |                                        |                  |                                  |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |   |   |   |      |    |                                      |                                                                |            |   |    |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|------------|---|----|
| 1. | <p>Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей</p> <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. 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> | 2 | 4 | - | - | 10/- | 16 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | ПК-3.3. 3-1, У-1.<br>ПК-4.1 3-1.<br>ПК-4.2 3-1.<br>ПК-4.4 У-1. | О.<br>Дис. | - | Р. |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|------------|---|----|



|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |   |   |   |   |      |    |                                      |                                                                |            |   |         |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|------------|---|---------|
| 2. | <p>Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка</p> <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> | 2 | 4 | - | - | 10/- | 16 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | ПК-3.3. 3-1, У-1.<br>ПК-4.1 3-1.<br>ПК-4.2 3-1.<br>ПК-4.4 У-1. | О.<br>Дис. | - | Р.<br>. |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|------------|---|---------|

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |   |   |   |      |    |                                      |                                                                |            |   |        |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|------------|---|--------|
| 3. | <p>Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления</p> <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> | 1 | 4 | - | - | 10/- | 15 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | ПК-3.3. 3-1, У-1.<br>ПК-4.1 3-1.<br>ПК-4.2 3-1.<br>ПК-4.4 У-1. | О.<br>Дис. | - | Р<br>. |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|------------|---|--------|

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |   |   |   |   |      |    |                                      |                                                                |            |   |    |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|------------|---|----|
| 4. | <p>Тема 4. Внешнеэкономические отношения: возможности и проблемы прогнозирования и планирования</p> <p>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.).</p>                                                                                                                                                                                                                                                   | 2 | 4 | - | - | 10/- | 16 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | ПК-3.3. 3-1, У-1.<br>ПК-4.1 3-1.<br>ПК-4.2 3-1.<br>ПК-4.4 У-1. | О.<br>Д.и. | - | Р  |
| 5. | <p>Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование</p> <p>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</p> | 2 | 4 | - | - | 10/- | 16 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | ПК-3.3. 3-1, У-1.<br>ПК-4.1 3-1.<br>ПК-4.2 3-1.<br>ПК-4.4 У-1. | О.<br>Дис. | - | Р. |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |   |   |   |      |    |                                      |                                                                |    |     |   |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----|-----|---|
| 6. | <p>Тема 6. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения</p> <p>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, экстраполирование, аналитическое моделирование.</p> | 2 | 4 | - | - | 10/- | 16 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | ПК-3.3. 3-1, У-1.<br>ПК-4.1 3-1.<br>ПК-4.2 3-1.<br>ПК-4.4 У-1. | О. | К/р | Р |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----|-----|---|

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |    |    |  |  |      |     |                                      |                                                                |   |   |   |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|--|--|------|-----|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|---|---|---|
| 7 | Тема 7. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках<br><br>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. | 1  | 2  |  |  | 12/- | 15  | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | ПК-3.3. 3-1, У-1.<br>ПК-4.1 3-1.<br>ПК-4.2 3-1.<br>ПК-4.4 У-1. | О | Т | Р |
|   | <b>КАТТЭК</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |    |  |  | -/2  | 2   |                                      |                                                                |   |   |   |
|   | <b>КЭ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |    |    |  |  | -/2  | 2   |                                      |                                                                |   |   |   |
|   | <b>Ср.Эк</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |    |    |  |  | -/32 | 32  |                                      |                                                                |   |   |   |
|   | <b>Итого</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 12 | 24 |  |  | 108  | 144 |                                      |                                                                |   |   |   |

#### **Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:**

Опрос (О.), групповая дискуссия (Дис.), деловая игра (Д.и)

#### **Формы текущего контроля:**

Тест (Т.), Контрольные работы (К/р)

#### **Формы заданий для творческого рейтинга:**

Реферат (Р), доклад (Д.),

**этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций студентов очно-заочной формы обучения**

Таблица 3

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины | Трудоемкость, академические часы |                      |                      |                         |                 |       | Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения | Учебные задания для аудиторных занятий | Текущий контроль | Задания для творческого рейтинга |
|-------|---------------------------------------|----------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|-----------------|-------|-----------------------------------|---------------------|----------------------------------------|------------------|----------------------------------|
|       |                                       | Лекции                           | Практические занятия | Лабораторные занятия | Практическая подготовка | Самостоятельная | Всего |                                   |                     |                                        |                  |                                  |
|       |                                       |                                  |                      |                      |                         |                 |       |                                   |                     |                                        |                  |                                  |
|       | Семестр 8                             |                                  |                      |                      |                         |                 |       |                                   |                     |                                        |                  |                                  |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |   |   |   |      |    |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |            |   |    |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---|----|
| 1. | <p>Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей</p> <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. 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> | 2 | 2 | - | - | 12/- | 16 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | <p><b>Знать:</b> методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов; методы проведения маркетингового исследования; особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать текущую рыночную конъюнктуру; оценивать вероятные; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков</p> | О.<br>Дис. | - | Р. |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---|----|

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |   |   |   |   |      |    |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |            |   |         |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---|---------|
| 2. | <p>Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка</p> <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> | 2 | 2 | - | - | 12/- | 16 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | <p><b>Знать:</b> методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов; методы проведения маркетингового исследования; особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать текущую рыночную конъюнктуру; оценивать вероятные; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков</p> | О.<br>Дис. | - | Р.<br>. |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---|---------|



|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |   |   |   |      |    |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |            |   |        |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---|--------|
| 3. | <p>Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления</p> <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> | 1 | 4 | - | - | 12/- | 17 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | <p><b>Знать:</b> методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов; методы проведения маркетингового исследования; особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать текущую рыночную конъюнктуру; оценивать вероятные; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков</p> | О.<br>Дис. | - | Р<br>. |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---|--------|

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |   |   |   |   |      |    |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |            |   |    |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---|----|
| 4. | <p>Тема 4. Внешнеэкономические отношения: возможности и проблемы прогнозирования и планирования</p> <p>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.).</p>                                                                                                                                                                                                                                                   | 2 | 2 | - | - | 12/- | 16 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | <p><b>Знать:</b> методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов; методы проведения маркетингового исследования; особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать текущую рыночную конъюнктуру; оценивать вероятные; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков</p> | О.<br>Д.и. | - | Р  |
| 5. | <p>Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование</p> <p>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</p> | 1 | 2 | - | - | 12/- | 15 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | <p><b>Знать:</b> методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов; методы проведения маркетингового исследования; особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать текущую рыночную конъюнктуру; оценивать вероятные; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков</p> | О.<br>Дис. | - | Р. |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |   |   |   |      |    |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |    |     |   |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|---|
| 6. | <p>Тема 6. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения</p> <p>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, экстраполирование, аналитическое моделирование.</p> | 1 | 2 | - | - | 12/- | 15 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | <p><b>Знать:</b> методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов; методы проведения маркетингового исследования; особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать текущую рыночную конъюнктуру; оценивать вероятные; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков</p> | О. | К/р | Р |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|------|----|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|---|

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |    |    |  |  |      |     |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |   |   |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|--|--|------|-----|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|
| 7 | <p>Тема 7. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках</p> <p>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.</p> | 1  | 2  |  |  | 10/- | 13  | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | <b>Знать:</b> методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов; методы проведения маркетингового исследования; особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг<br><b>Уметь:</b> анализировать текущую рыночную конъюнктуру; оценивать вероятные; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков | О | Т | Р |
|   | <b>КАТТЭК</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |    |    |  |  | -/2  | 2   |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |   |   |
|   | <b>КЭ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |    |    |  |  | -/2  | 2   |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |   |   |
|   | <b>Ср.Эк.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |    |    |  |  | -/32 | 32  |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |   |   |
|   | <b>Всего</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 10 | 16 |  |  | 118  | 144 |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |   |   |

**Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:**

Опрос (О.), групповая дискуссия (Дис.), деловая игра (Д.и)

**Формы текущего контроля:**

Тест (Т.), Контрольные работы (К/р)

**Формы заданий для творческого рейтинга:**

Реферат (Р), доклад (Д.),

### **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

1. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / - М.: ИНФРА-М, 2024. - 260 с. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=436046>
2. Клинов В.Г. Прогнозирование долгосрочных тенденций развития мирового хозяйства: Учебное пособие / В.Г. Клинов, А.А. Сидоров, Е.А. Сидорова. - М.: Изд. Магистр, 2023. - 216 с. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=419890>
3. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский.. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2020. - 336 с.: <https://znanium.com/read?id=354450>

#### **Дополнительная 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 – Издательство: Инфра-М, 2020. - 336 с. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=423683>
2. Бабурина О.Н. Международные отношения и международные экономические отношения : учебник/О.Н. Бабурина.-Москва. Инфра-М, 2022. – 275 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=379302>
3. Герасомов Б.И. Маркетинговые исследования рынка: Учебник / Б.И. Герасомов, Н.Н. Мозгов, - М.: Форум, 2021. - 336 с. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=395730>
4. Клинов, В. Г. Прогнозирование долгосрочных тенденций развития мирового хозяйства : учебное пособие / под ред. Е. А. Сидоровой. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2023. — 216 с. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=419890>
- Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие / Т.Н. Рыжикова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 288 с. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=441285>

#### **Нормативные правовые документы:**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 23.07.2013)
2. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 02.11.2013)
3. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 30.12.2012) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2013)
4. Федеральный закон Российской Федерации от 4 мая 2011 г. N 99-ФЗ"О лицензировании отдельных видов деятельности"
5. Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 N 55 (ред. от 04.10.2012) "Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2013)
6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 02.07.2013) "О защите прав потребителей"

7. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 N 17 "О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей"

8. Постановление Пленума ВАС РФ от 22.10.1997 N 18 "О некоторых вопросах, связанных с применением Положений Гражданского кодекса Российской Федерации о договоре поставки"

9. Постановление Правительства Российской Федерации от 22 декабря 2011 г. N 1081 г. Москва "О лицензировании фармацевтической деятельности"

10. Постановление Правительства РФ от 8 августа 2009 г. № 654 "О совершенствовании государственного регулирования цен на жизненно необходимые и важнейшие лекарственные средства"

11. Распоряжение Правительства РФ от 7 декабря 2011 г. N 2199-р «Об утверждении перечня жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов»

## **ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

1. Справочно - правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно - правовая система «Гарант»

## **ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ**

1. <http://www.gks.ru/> - Росстат – федеральная служба государственной статистики
2. [www.minpromtorg.gov.ru](http://www.minpromtorg.gov.ru) – Базы данных Министерства промышленности и торговли РФ
3. [www.rosпотребнадзор.ru](http://www.rosпотребнадзор.ru) – официальный сайт Федеральной службы в сфере защиты прав потребителя и благополучия человека (Роспотребнадзор)

## **ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. <http://www.rbc.ru> – Росбизнесконсалтинг
2. <http://www.retail.ru> – Ритейдеру и поставщику
3. <http://www.retailer.ru> - Ритейлнавигатор
4. Поисковые системы Yandex, Google, и др.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

1. Операционная система Microsoft Windows 8.1; Microsoft Windows 10
2. Пакет офисных программ Microsoft Office Professional Plus 2010 Rus в составе:
  - Microsoft Word
  - Microsoft Excel
  - Microsoft Power Point
  - Microsoft Access
3. Антивирусная программа «Kaspersky Endpoint Security» для бизнеса
4. Файловый архиватор «7Zip»
5. Приложение для просмотра PDF файлов «Acrobat Adobe Reader»
6. Системы электронного обучения и тестирования: Indigo, Moodle

## **МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» обеспечена:

**для проведения занятий лекционного типа:**

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;

**для проведения занятий семинарского типа (*практические занятия*):**

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации, презентационным оборудованием

**для самостоятельной работы:**

- помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

#### IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

- Методические рекомендации по организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы.
- Методические указания по подготовке и оформлению рефератов.

#### V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

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

Таблица 4

| Виды работ                                        | Максимальное количество баллов |
|---------------------------------------------------|--------------------------------|
| Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях | 20                             |
| Текущий контроль                                  | 20                             |
| Творческий рейтинг                                | 20                             |
| Промежуточная аттестация (экзамен/зачет)          | 40                             |
| ИТОГО                                             | <b>100</b>                     |

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии учебного модуля (семестра), количестве модулей по учебной дисциплине, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в течение учебного модуля (семестра) получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

#### VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные материалы по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

**Курсовая работа учебным планом не запланирована**

**Типовой перечень вопросов 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                                                                                   |

### Примеры заданий к экзамену

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. 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?

### 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.

### ***Тематика рефератов, докладов***

1. Система показателей конъюнктуры рынка.
2. Конъюнктура мирового рынка и ее показатели.
3. Направления исследования рынка.
4. Маркетинговый анализ предприятия: сущность и методы.
5. Сущность и методы конкурентного анализа.
6. Оценка конкурентной среды.
7. Оценка конкурентоспособности предприятия.
8. Определение емкости рынка.
9. Экономические кризисы: причины, проявления, последствия и пути выхода.
10. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка
11. Процедура исследования конъюнктуры рынка.
12. 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.).
13. Показатели "открытости" национальной экономики.
14. Сущность и особенности микроэкономического планирования.
15. Понятие горизонта планирования и его типы: стратегическое, оперативное (тактическое), долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное.
16. Система предплановых прогнозов, система планов, программ и проектов.
17. Оценка результатов планирования и корректировка планов на микроуровне
18. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка.
19. Процедура исследования конъюнктуры рынка
20. Анализ состояния и динамики конкурентной среды
21. Проблемы оценки конкурентоспособности предприятия.
22. Анализ комплекса маркетинга
23. Анализ оценка стратегического потенциала предприятия

### ***Перечень тем для проведения групповой дискуссии***

1. Степень деловой активности предприятия (наполненность хозяйственного портфеля фирмы, число и размер заказов, объем и динамика сделок)
2. Методы опроса, метод «Дельфи»

3. Предпосылки составления прогнозов и планов развития НТП в национальной экономике

***Перечень тем для проведения круглого стола***

1. Какие факторы, влияющие на коммерческую деятельность, вы отнесли бы к внутренним?
2. Роль оптовой торговли в сфере товарного обращения
3. Какие стороны коммерции должны регулироваться договорами?
3. Какую структуру должен иметь договор?
4. Перечислите основные нормативно-правовые документы регулирующие вопросы коммерческой тайны?
5. Охарактеризуйте последовательность этапов осуществления коммерческой деятельности товаропроизводителями?

***Типовые тестовые задания***

**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.

***5.Задание***

Что такое «глубина» товарной номенклатуры?

- а) это общее число составляющих отдельных товаров фирмы
- б) это общая численность ассортиментных групп
- в) это варианты предложения каждого отдельного товара ассортиментной группы
- г) нет правильного ответа

***6.Задание***

Какие особенности не характерны для рынка товаров промышленного назначения:

- а) на нем меньше покупателей
- б) покупатели товаров профессионалы
- в) спрос на товары промышленного назначения не меняется
- г) нет правильного ответа

***7. Задание***

В каких рыночных ситуациях имеет место конкуренция продавцов:

- а) «рынок покупателя»
- б) «рынок продавца»
- в) равновесный рынок
- г) продавцы конкурируют (в той или иной степени) всегда

**8. Задание**

В чем отличия предпринимательства от коммерции:

- а) нет отличий
- б) предпринимательство представляет собой организационно – производственную деятельность
- в) коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства

**9. Задание**

К коммерческим процессам относятся:

- а) погрузка и разгрузка товаров
- б) хранение товаров
- в) изучение и прогнозирование спроса
- г) подсортировка товаров
- д) заключение договоров на поставку товаров
- е) рекламно-информационная работа

**10. Задание**

Коммерческая деятельность торгового предприятия опирается на комплекс наук: (укажите лишнее)

- а) экономика
- б) философия
- в) маркетинг
- г) право
- д) менеджмент

**11. Задание**

К недостаткам индивидуальной частной фирмы можно отнести:

- а) риск потери контроля над фирмой
- б) низкая ликвидность инвестиций вложенных в фирму
- в) риск оппортунистического поведения партнеров по бизнесу
- г) верно все

**12. Задание**

Собственник денежного капитала, фирмы - это:

- а) лицо, которое делает вклад в капитал фирмы
- б) только владелец контрольного пакета
- в) только владелец 51 % акций фирмы
- г) корпорация как физическое лицо

**13. Задание**

Для акционера как особого вида собственника характерны все следующие черты, за исключением:

- а) не может изъять свой капитал из фирмы
- б) не может повлиять на размер своего дохода
- в) отделен от управления

**14. Задание**

Что из приведенного ниже не относится к активной части основных фондов:

- а) торгово-технологическое оборудование
- б) подъемно-транспортные устройства
- в) средства малой механизации

- г) автомобильный транспорт
- д) здания

### **15. Задание**

Сведения, которые уже где-то существуют, будучи ранее собранными, для других целей - это информация:

- а) Первичная
- б) Вторичная

### **16. Задание**

Перечисленные ниже утверждения относятся к достоинствам:

- быстрый сбор
- относительно недорого
- возможность сопоставления данных из нескольких источников
- невозможность получить необходимые сведения самостоятельно
- весьма достоверна; дает более полное представление о рассматриваемых проблемах

- а) первичной информации
- б) вторичной информации

### **17. Задание**

Перечисленное ниже утверждение относится к:

выработка и принятие решений осуществляются руководителем совместно с подчинёнными, исполнители знают свой круг обязанностей и чётко взаимодействуют друг с другом.

- а) демократическому стилю управления
- б) директивному стилю управления

### **18. Задание**

Перечисленные ниже утверждения относятся к недостаткам:

слабо учитываются постоянно изменяющиеся внутренние и внешние условия деятельности торгового предприятия;

нерациональное распределение информационных потоков;  
превышаются нормы управляемости, особенно у руководителей высшего звена.

- а) линейно-функционального управления;
- б) матричного управления;
- в) функционального управления;
- г) дивизионального управления.

### **19. Задание**

Основная причина существования оптовой торговли, как промежуточного звена между производителем и торговой точкой, заключается в том, что она:

- а) увеличивает эффективность распределения продуктов
- б) способствует росту продаж фирмы-производителя
- в) способствует росту продаж розничных торговцев
- г) берет на себя ответственность за транспортировку грузов от производителя до розничного торговца

### **20. Задание**

Продвижение товара - это:

- а) совокупность разнообразных методов стимулирования, используемых компаниями при взаимодействии с целевыми рынками и широкой общественностью
- б) установление непосредственных контактов между продавцом и покупателем
- в) платная форма безличного воздействия рекламодателя на целевой рынок через средства массовой информации

г) любые формы взаимодействия фирмы с аудиторией, которые не связаны напрямую с организацией продажи товара

### **Задание для контрольной работы**

#### **Задача 1**

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.

#### **Задача 2**

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.

#### **Задача 3**

Предприятие продает 8000 штук изделий по цене 30 руб. за единицу. Переменные затраты 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?

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

Таблица 5

| Шкала оценивания         |           | Формируемые компетенции | Индикатор достижения компетенции     | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Уровень освоения компетенций |
|--------------------------|-----------|-------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 85<br>–<br>100<br>баллов | «отлично» | ПК-3<br>ПК-4            | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | <b>Знает верно и в полном объеме:</b><br>методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов, методы проведения маркетингового исследования, особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг,<br><b>Умеет верно и в полном объеме:</b><br>анализировать текущую рыночную конъюнктуру, использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков | Продвинутый                  |
| 70 – 84<br>баллов        | «хорошо»  | ПК-3                    | ПК-3.3                               | <b>Знает с незначительными замечаниями:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Повышенный                   |



|                       |                        |              |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                             |
|-----------------------|------------------------|--------------|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
|                       |                        | ПК-4         | ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4           | методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов, методы проведения маркетингового исследования, особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг,<br><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b><br>анализировать текущую рыночную конъюнктуру, использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков                              |                             |
| 50 – 69<br>баллов     | «удовлетворительно»    | ПК-3<br>ПК-4 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | <b>Знает на базовом уровне:</b><br>методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов, методы проведения маркетингового исследования, особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг,<br><b>Умеет на базовом уровне:</b><br>анализировать текущую рыночную конъюнктуру, использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков       | Базовый                     |
| менее<br>50<br>баллов | «не удовлетворительно» | ПК-3<br>ПК-4 | ПК-3.3<br>ПК-4.1<br>ПК-4.2<br>ПК-4.4 | <b>Не знает на базовом уровне:</b><br>методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов, методы проведения маркетингового исследования, особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг,<br><b>Не умеет на базовом уровне:</b><br>анализировать текущую рыночную конъюнктуру, использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков | Компетенции не сформированы |

**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**

**Факультет экономики, менеджмента и торговли  
Кафедра торговли и общественного питания**

## **АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

**Направление подготовки 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

**Направленность (профиль) программы Торговый менеджмент и маркетинг (во  
внутренней и внешней торговле**

**Уровень высшего образования *Бакалавр***

**Краснодар – 2022**

## 1. Цель и задачи 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

Задачи учебной дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков»:

- анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг;
- обработка полученных данных, и подготовка отчета по результатам маркетинговых исследований;
- формирование предложения по совершенствованию товарной политики;
- формирование предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж.

## 2. Содержание дисциплины:

| №<br>п/п                                             | Наименование разделов / тем дисциплины                                                                         |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                    | Тема 1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей                                                  |
| 2                                                    | Тема 2. Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка                                        |
| 3                                                    | Тема 3. Особенности прогнозирования и планирования на региональном уровне управления                           |
| 4                                                    | Тема 4. Внешнеэкономические отношения: возможности и проблемы прогнозирования и планирования                   |
| 5                                                    | Тема 5. Внутрифирменное планирование и прогнозирование                                                         |
| 6                                                    | Тема 6. Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения        |
| 7                                                    | Тема 7. Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках |
| Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. / 144 часа |                                                                                                                |

**Форма контроля – экзамен**

### Разработчик:

З.Х. Моламусов, доцент кафедры торговли и общественного питания Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова