

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

СОГЛАСОВАНО

Директор ИЭиУ
И.Н. Сычева

Рабочая программа дисциплины

Код и наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.3.1 «Технологии анализа рынка»

Код и наименование направления подготовки (специальности): 38.03.02

Менеджмент

Направленность (профиль, специализация): Производственный менеджмент

Статус дисциплины: элективные дисциплины (модули)

Форма обучения: очно - заочная

Статус	Должность	И.О. Фамилия
Разработал	доцент	Г.Е. Родина
Согласовал	Зав. кафедрой «ЭиПМ»	В.А. Любичкая
	руководитель направленности (профиля) программы	В.А. Любичкая

г. Барнаул

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Содержание компетенции	Индикатор	Содержание индикатора
ПК-6	Способен анализировать рынок и выстраивать эффективные каналы сбыта промышленной продукции	ПК-6.1	Демонстрирует знание методов и технологий анализа рынка промышленной продукции

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Бизнес-планирование, Маркетинг, Статистика рынка товаров и услуг, Товароведение, экспертиза и стандартизация, Экономическая теория
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Преддипломная практика, Управление продажами промышленной продукции

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося

Общий объем дисциплины в з.е. /час: 4 / 144

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Форма обучения	Виды занятий, их трудоемкость (час.)				Объем контактной работы обучающегося с преподавателем (час)
	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа	
очно - заочная	16	0	16	112	49

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Форма обучения: очно - заочная

Семестр: 8

Лекционные занятия (16ч.)

1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей(2ч.)[4,5]

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 анализа рынка и выстраивания эффективных каналов сбыта промышленной продукции

2. Показатели для анализа конъюнктуры рынка(2ч.)[3,4,5,6] Методы и технологии анализа рынка промышленной продукции. Показатели конъюнктуры рынка: масштаб рынка (емкость рынка, объем операций по купле-продаже товара (товарооборот), число предприятий различных типов, выступающих на рынке); степень сбалансированности рынка (соотношение спроса и предложения); динамика рынка (изменения основных параметров рынка, их вектора, скорость и интенсивность, основные тенденции); степень деловой активности (заполненность хозяйственного портфеля фирмы, число и размер заказов, объем и динамика сделок); уровень устойчивости и колебаний 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.

3. Технологии анализа рынка промышленной продукции. Прогнозирования конъюнктуры товарных рынков и виды прогнозов {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[4,9] Прогноз, как важнейшая часть конъюнктурного исследования. Основные требования к прогнозам. Виды прогнозов.

4. Методы и технология анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков промышленной продукции(2ч.)[3,5,6,8,9] Прогнозная оценка конъюнктуры рынка промышленной продукции, рынков отдельных стран, импортирующих или экспортирующих товар; оценка степени стабильности конъюнктуры изучаемого рынка. Прогноз проявления основных факторов, воздействующих на рынок. Анализ рынков с применением информационных технологий. Современные технологии анализа рынка. Общий прогноз конъюнктуры исследуемого рынка: прогноз производства и потребления, международной торговли, динамики и уровня цен.

5. Методы анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков(2ч.)[5,6,7,9] Методология изучения и методы прогнозирования конъюнктуры рынка Основные требования к конъюнктурным исследованиям: целенаправленность, комплексность и систематичность. Последовательность в анализе конъюнктуры: анализ производства, спроса и предложения, анализ международной торговли, анализ цен. Методы поиска и сбора информации, включая информацию о рынках. Основные методы прогнозирования: экстраполяция (аналитическое выравнивание временных рядов, скользящие средние, сглаживание статистических данных) Основные методы прогнозирования: экспертные оценки (метод

опроса, метод «Дельфи»). Определение тенденций развития, распространение сложившихся закономерностей на ближайшую перспективу

6. Методы анализа и определения емкости рынков промышленной продукции на основе изучения спроса и предложения(2ч.)[2,3,4] Определение и прогнозирование емкости отраслевых рынков на основе изучения спроса и предложения Понятие емкости рынка. Потенциальная и реальная емкости рынка. Потенциал рынка: производственный потенциал и потребительский потенциал. Факторы, определяющие емкость товарного рынка. Понижающаяся конъюнктура и повышающаяся конъюнктура и их влияние на емкость рынка. Способы прогноза емкости рынка: анкетирование населения/экспертов, экстраполирование, аналитическое моделирование.

7. Анализ конкурентоспособности организации с учетом состояния конкурентной среды товарного рынка(2ч.)[5,7] Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках Понятие конкуренции и конкурентного преимущества. Виды конкурентных преимуществ. Понятие конкурентоспособности. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу

8. Оценка потенциальной эффективности функционирования организации на основе клиентоориентированного (рыночного) подхода раздел 1(2ч.)[3,5,6] Клиентоориентированность как основная предпосылка развития предприятия. Обеспечение эффективности как одна из функций управления развитием. Анализ методов оценки эффективности развития с точки зрения клиентоориентированного подхода.

Практические занятия (16ч.)

1. Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей(4ч.)[1,3,4,5,6] Расчет основных показателей рыночной конъюнктуры.

2. Технология анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков(4ч.)[1,5,6,7,9] Расчет прогнозов рынка на основе трендовых моделей. Метод технического сглаживания. Метод механического сглаживания.

3. Определение емкости товарного рынка на основе изучения спроса и предложения(4ч.)[1,3,4] Метод оценки общей емкости рынка. Метод оценки территориальной емкости рынка. Прогнозирование объема продаж и прибыли

4. Анализ конкурентоспособности организации с учетом состояния конкурентной среды товарного рынка(2ч.)[1,5,7] Изучение методики и технологий диагностики конкурентной среды. Матрица типологии рынков по уровню конкуренции. Определение доли рынка, занимаемой предприятием. Шкалирование позиции фирмы в зависимости от принадлежащей ей доли рынка.

5. Анализ методов оценки эффективности развития с точки зрения клиентоориентированного подхода {работа в малых группах} (2ч.)[1,3,5,6] Анализ методов оценки эффективности развития с точки зрения клиентоориентированного подхода. Оценка эффективности развития предприятия на

основе клиентоориентированного подхода. Составление презентации проекта анализа и прогнозирования рынка. Защита проекта анализа и прогнозирования рынка.

Самостоятельная работа (112ч.)

- 1. Проработка теоретического материала(28ч.)[3,4,5]**
- 2. Подготовка к практическим занятиям(32ч.)[1,7,8,9]**
- 3. Выполнение индивидуального домашнего задания {творческое задание} (8ч.)[5,8]**
- 4. Самостоятельное изучение теоретического материала(32ч.)[3,4,5,6,7,8,9]**
- 5. Подготовка к зачету, зачет(12ч.)[3,4,5,6,7,8]**

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде АлтГТУ:

1. Мачин К.А. Маркетинг: сборник кейсов : Практикум / К. А. Мачин; Алт. гос. техн. ун-т им. И.И. Ползунова. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2016. – 83 с. Режим доступа: http://elib.altstu.ru/eum/download/eipm/Machin_markt_case.pdf

2. Родина Г.Е. Практическое занятие по теме «Определение емкости товарного рынка на основе изучения спроса и предложения»: Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Технологии анализа рынка» для студентов направления 38.03.02 Менеджмент» всех форм обучения / Г.Е Родина.; Алт. гос. техн. ун-т им. И.И. Ползунова. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2020. – 27 с. Режим доступа: http://elib.altstu.ru/eum/download/eipm/Rodina_0ETROISP_pz_mu.pdf

6. Перечень учебной литературы

6.1. Основная литература

3. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований : учебное пособие / Л.М. Наумова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. - 248 с. : табл., граф., ил. - Библиогр.: с. 209-211 - ISBN 978-5-8158-1425-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439278> (28.03.2019).

4. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А.В. Коротков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00810-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143> (28.03.2019).

6.2. Дополнительная литература

5. Веденьков, И.Б. Маркетинговые исследования и маркетинговые информационные системы в компании / И.Б. Веденьков. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 132 с. - ISBN 978-5-504-00575-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140555> (28.03.2019).

6. Вдовин, В.М. Предметно-ориентированные экономические информационные системы : учебное пособие / В.М. Вдовин, Л.Е. Суркова, А.А. Шурупов. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 386 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02262-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453951> (28.03.2019).

7. Герасимов, П.П. Методы маркетинговых исследований / П.П. Герасимов. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 108 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87390> (28.03.2019).

8. Шишлова, С.В. Анкета и анкетирование / С.В. Шишлова. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 58 с. - ISBN 978-5-905835-29-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97655> (28.03.2019).

9. Кулешова, Е.В. Макроэкономическое планирование и прогнозирование : учебное пособие / Е.В. Кулешова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - 2-е изд., доп. - Томск : Эль Контент, 2015. - 178 с. : схем., табл. - Библиогр.: с. 167 - ISBN 978-5-4332-0252-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480764> (28.03.2019).

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

10. Сайт Министерства экономического развития РФ. Режим доступа: [http:// www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)

11. Сайт Федеральной антимонопольной службы. Режим доступа: <http://www.fas.ru>

12. Сайт Федеральной службы государственной статистики России. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>

13. Сайт Института исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка. Режим доступа: [http:// www.itkor.ru](http://www.itkor.ru)

14. Энциклопедия маркетинга. Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>

15. Федеральный портал «Российское образование». Режим доступа: [http:// www.edu.ru](http://www.edu.ru)

16. Электронный журнал о маркетинге и рекламе. Режим доступа:

[http:// www.4p.ru](http://www.4p.ru)

8. Фонд оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролирующих материалов, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, которые хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном виде и в ЭИОС.

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

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента.

№пп	Используемое программное обеспечение
1	LibreOffice
2	Windows
3	Антивирус Kaspersky

№пп	Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы
1	Национальная электронная библиотека (НЭБ) – свободный доступ читателей к фондам российских библиотек. Содержит коллекции оцифрованных документов (как открытого доступа, так и ограниченных авторским правом), а также каталог изданий, хранящихся в библиотеках России. (http://нэб.рф/)

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения учебных занятий
помещения для самостоятельной работы

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».