

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 18.09.2023 12:08:37

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Пятигорского института
(филиал) СКФУ

Т.А. Шебзухова

«__» _____ 20__ г.

Аннотация по модулю «Коммуникативные аспекты профессиональной деятельности (Часть, формируемая участниками образовательных отношений)»

Наименование дисциплины (модуля)	Коммуникативные аспекты профессиональной деятельности (Часть, формируемая участниками образовательных отношений)
Раздел модуля	Методы исследования рынка
Содержание	Введение в экономику отраслей и рынков продукции. Объект и информационная база отраслевых исследований. Отраслевые ресурсы и формирование производственного потенциала отраслей. Методический аппарат исследования рынка и отраслевого анализа. Ключевые процессы и явления на отраслевых рынках. Особенности рынков (естественные монополии, рынки с доминированием потребителей и поставщиков, диктат производителя формы и методы). Промышленная политика. Стратегии развития, глобализация и цепочки накопления стоимости в стране
Формируемые компетенции	ПК-6: Способен использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований, принятия управленческих решений в области бизнеса
Результаты освоения дисциплины (модуля)	ПК-6 Знать: – методы анализа отечественного и зарубежного опыта; особенности поведения конкурентов и покупателей на рынке; – требования, установленные действующим законодательством к системе отраслевых рынков; – основные методы и инструменты экономического анализа отраслевых рынков; – основные виды аналитических материалов, используемых в системе управления экономическим развитием рынков. Уметь: – использовать методы принятия решений в управлении деятельностью организации, применять в процессе работы навыки обработки управленческой информации; – применять практические навыки экономического анализа процессов отраслевого развития при осуществлении расчетов на макро и микро уровнях; – выявлять факторы, определяющие развитие рынков, так и субъектов рыночных отношений, и использовать результаты анализа при принятии управленческих решений;

	– оценивать экономические последствия, возникающие при реализации стратегии отраслевого развития; – охарактеризовать потенциал товарного рынка, как производственный, так и потребительский, оценить емкость рынка; – спрогнозировать конкурентную ситуацию Владеть: – методами количественного и качественного анализа информации, прогнозирования, экономического обоснования и выбора управленческих решений; – навыками построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; – опытом исследований, методологических подходах к анализу и разработке прогнозов рынков; – особенностями системы комплексного анализа, взаимосвязи результатов, полученных при оценке перспектив компаний и элементов отраслевой бизнес среды; – особенностями использования аналитических расчетов в системе регулирования рыночных отношений страны и отдельных видов экономической деятельности; – способностями эффективной оценки и анализа данных маркетинговых исследований; – навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности; – способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	Зачет по модулю «Коммуникативные аспекты профессиональной деятельности» (<i>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</i>)
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Минько Э.В. Методы прогнозирования и исследования операций [Электронный ресурс] : учебное пособие / Э.В. Минько, А.Э. Минько. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 316 с. — 978-5-4486-0035-7. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/70613.html
Дополнительная литература	1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-

	7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776 2. Базилов, А.А. Маркетинг и логистика в структуре разделов экономики : учебное пособие / А.А. Базилов, В.Л. Базилова. - Изд. 3-е, стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 360 с. : схем., табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-8423-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443454
--	--