

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухов Тимур Александрович

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

Дата подписания: 18.09.2023 11:47:13

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические указания

по выполнению практических работ

по дисциплине «МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА»

для студентов направления подготовки /специальности

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) образовательной программы Управление бизнесом

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Методические указания по дисциплине «Методы исследования рынка» содержат задания и методику выполнения практических работ. Предназначены для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Составитель: к. э. н., доц. Коваленко А.А.

Рецензент: д. э. н., доц. Штапова И.С.

Содержание

Введение

Практическое занятие № 1 Введение в экономику отраслей и рынков продукции

Практическое занятие № 2 Объект и информационная база отраслевых исследований

Практическое занятие № 3 Отраслевые ресурсы и формирование производственного потенциала отраслей

Практическое занятие № 4 Методический аппарат исследования рынка и отраслевого анализа

Практическое занятие № 5 Ключевые процессы и явления на отраслевых рынках

Практическое занятие № 6 Особенности рынков (естественные монополии, рынки с доминированием потребителей и поставщиков, диктат производителя формы и методы)

Практическое занятие № 7 Промышленная политика

Практическое занятие № 8 Стратегии развития, глобализация и цепочки накопления стоимости в стране

Рекомендуемая литература

Введение

Цель изучения дисциплины – формирование у студентов комплексного представления о закономерностях развития рынков, системе и методах регулирования рыночных отношений, о государственной экономической политике, ориентированной на решение задач, определяемых специфическими особенностями видов экономической деятельности и товарных рынков.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с историей развития теории рыночных взаимодействий, методологическими и методическими основами исследования поведения; компаний в зависимости от специфики отрасли и особенностей структуры рынка.

- студенты должны освоить теоретические модели анализа рынков, приобрести навыки ситуационного анализа поведения и стратегий различных типов рыночных структур.

- подготовить студентов к применению полученных знаний при проведении научных исследований.

Формируемые в процессе изучения 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 в разрезе компетенций:

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.

Методические указания содержат рекомендации к практическим работам студентов и список рекомендованной литературы.

Практическое занятие № 1

Тема: Введение в экономику отраслей и рынков продукции.

Цель: определение роли рыночных процессов в удовлетворении потребительских спросов производителями, причин, вызывающих нарушение эффективности рынка, и способов регулирования отраслевых рынков с целью повышения эффективности их функционирования.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы:

Знает:

- 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.

Умеет:

- 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

Владеет:

- 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.

Формируемые компетенции или их части:

ПК-6: Способен использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований, принятия управленческих решений в области бизнес

Теоретическая часть

Экономику отраслевых рынков можно определить как науку об особенностях организации и экономических последствиях функционирования отраслевых рынков и стратегического поведения производителей в условиях несовершенного конкурентных рынков.

Основным объектом теории экономики отраслевых рынков выступает исследование механизма, приводящего производственную деятельность в возможно более полное соответствие со спросом на товары и услуги.

Предмет теории экономики отраслевых рынков связан с рыночным подходом, в соответствии с которым потребители и производители действуют на основе ценовых сигналов, порожденных спросом и предложением. Впрочем, это не исключает того, что многие положения теории экономики отраслевых рынков могут относиться и к системе централизованно управляемых экономик.

Под отраслевым рынком понимается совокупность предприятий, выпускающих схожую по потребительскому назначению продукцию при использовании близких технологий и производственных ресурсов и конкурирующих друг с другом за реализацию своей продукции на рынке.

Основное внимание в экономике отраслевых рынков уделяется исследованию отраслей промышленности и сферы услуг. Центральное место отводится отраслям обрабатывающей промышленности, вследствие их масштаба и стратегической значимости в национальной экономике. Главная задача заключается в определении роли рыночных процессов в удовлетворении производителями потребительского спроса, причин, ведущих к нарушению рыночной эффективности, и способов регулирования отраслевых рынков с целью повышения эффективности их функционирования. В этой связи экономика отраслевых рынков выступает теоретической основой для принятия решений в рамках отраслевой политики государства.

Необходимо отметить, что и реально существующая экономика отраслевых рынков испытывает значительные трудности, порожденные естественными историческими проблемами развития, необходимостью поиска новых парадигм и направлений общественного развития. Имеющиеся реальные процессы в экономике, когда сложившиеся причины становятся парадоксальным источником следствий совершенно противоположной, чем здравый смысл, природы, требуют пересмотра многих теоретических подходов и дальнейшего развития экономической теории.

Вопросы и задания:

1. Каково соотношение функций менеджера и уровней управления?
2. Предмет исследования и основные категории экономики отраслевых рынков.
3. Особенности выделения отраслевых подсистем в экономике.
4. Объекты отраслевого анализа.
5. Рынок и отрасль – различие взглядов на соотношение данных понятий в основных научных школах.
6. Отрасли в системе межотраслевых взаимодействий.
7. Функции отраслей в экономике и взаимосвязи между рынками ресурсов и конечной продукции.
8. Принципы и методы группировки производств по отраслевым признакам.
9. Формирование системы экономических отношений на локальном рынке.

Практическое занятие № 2

Тема: Объект и информационная база отраслевых исследований

Цель: формирование у студентов комплекса теоретических знаний и практических умений в области информационной базы отраслевых исследований.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы:

Знает:

- 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.

Умеет:

- 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

Владеет:

- 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.

Формируемые компетенции или их части:

ПК-6: Способен использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований, принятия управленческих решений в области бизнес

Теоретическая часть

Отраслевое исследование – это вид маркетингового исследования, которое проводится строго в рамках определенной отрасли или рынка (например, автомобильного рынка, рынка ювелирных изделий, рынка недвижимости) и рассматривает эту отрасль или рынок со всех сторон, а именно:

1. количественные показатели: объем, емкость, темпы роста отрасли/рынка;
2. структура отрасли/рынка: сегментация по продукции/услугам, по цене;
3. внешнеэкономическая деятельность игроков отрасли/рынка;
4. конкурентный анализ: описание профиля крупнейших игроков отрасли/рынка, сравнение их по ключевым показателям, тенденции и направления конкуренции;
5. потребители продукции/услуг отрасли/рынка;
6. факторы, благоприятствующие развитию отрасли; сдерживающие факторы, анализ рисков;
7. инвестиционная привлекательность, тенденции рынка.

Эти данные обязательно подкрепляются экспертными интервью с реальными игроками рынка, которые дают свою экспертную оценку относительно всех вышеперечисленных вопросов, так как далеко не всегда данная информация находится в открытом доступе.

Регулярное проведение исследований позволяет отслеживать развитие рынка в динамике. Сочетание кабинетных и полевых методов сбора информации, а так же концентрация на определенном рынке в течение нескольких лет обеспечивает комплексный и объективный взгляд на рынок.

Можно использовать дополнительные методики как количественные, так и качественные:

1. анализ данных официальной статистики;
2. анализ данных таможенных баз;
3. мониторинг сайтов;
4. опрос потребителей товаров или услуг;
5. фокус-группы с потребителями товара или услуги.

Вопросы и задания:

1. Информационная база отраслевых исследований.
2. Виды информации, используемой для исследования отраслей и рынков продукции.
3. Функции основных показателей при проведении анализа ситуации в отрасли.
4. Межотраслевой баланс производства и распределения продукции и его использование.
5. Взаимосвязи отраслевой и функциональной структуры экономики.
6. Конкуренция отрасли на рынке ресурсов и на рынке продукции.

Практическое занятие № 3.

Тема: Отраслевые ресурсы и формирование производственного потенциала отраслей.

Цель: проанализировать проблемы промышленного потенциала региона и разработать рекомендации путей решения данных проблем.

Актуальность темы заключается в том, что невозможно модернизировать

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы:

Знает:

- 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.

Умеет:

- 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

Владеет:

- 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.

Формируемые компетенции или их части:

ПК-6: Способен использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований, принятия управленческих решений в области бизнес

Теоретическая часть

Потенциал - это мощность или совокупность средств или возможностей в той или иной сфере экономики и в экономике страны (региона, отрасли) в целом.

Под производственным потенциалом отрасли подразумеваются имеющиеся и потенциальные возможности производства, характеризующегося системным единством его ресурсов, в выпуске конкурентоспособной продукции в условиях рациональной организации производства и взаимодействия хозяйствующих субъектов отрасли.

Кроме категории «производственный потенциал» целесообразно выделить и такое понятие, как «экономический потенциал» отрасли. Эти две категории взаимодействуют. В состав экономического потенциала входят и финансовые ресурсы.

Экономический потенциал можно определить как совокупность органически взаимосвязанных ресурсов, применяемых на всех стадиях их кругооборота. Производственный потенциал динамичен, он постоянно развивается как в количественном, так и в качественном отношении. Целостная система производственного потенциала промышленности проявляется во взаимодействии основных производственных фондов, промышленно-производственного персонала, всего объема инновационно-интеллектуальных ресурсов.

Фондовый потенциал отрасли - это максимально возможная способность основных производственных фондов (ОПФ) производить определенный объем высококачественной продукции в определенный отрезок времени. Т.е. это те возможности, которые могут быть мобилизованы при рациональном использовании основных производственных фондов.

На структуру ОПФ влияют, прежде всего, технический уровень производства, его географическое размещение, размер предприятия, форма организации производства, особенности отраслей национальной экономики.

Фондовый потенциал является основным резервом повышения эффективности производства. Качественное состояние ОПФ, степень их развитая и соответствия последним достижениям науки и техники способствуют интенсификации производства в отрасли.

Трудовой потенциал - это те возможности, которые могут быть мобилизованы и приведены в действие в процессе труда. образующие физические границы потенциала на любом уровне». Трудовой потенциал характеризует уровень наиболее эффективного использования трудовых ресурсов.

Количественно трудовой потенциал отрасли определяется численностью работающих. Качественная сторона потенциала трудовых ресурсов в меньшей мере поддается формализации. так как включает трудно учитываемые в практике управления составляющие, сюда относятся: морально-психологические ресурсы. Инновационный потенциал — это способность предприятий отрасли производить новую продукцию. Научно-технический потенциал - совокупность ресурсов, которыми располагает отрасль для научных открытий, изобретений и технических новшеств; является основой инновационного потенциала отрасли.

В отечественной литературе к инновационно-активным предприятиям относятся предприятия, осуществляющие разработку и внедрение новых или усовершенствованных продуктов, технологических процессов или иные виды инновационной деятельности.

Вопросы и задания:

1. Характеристика структуры отраслевых затрат.
2. Трансформируемые и нетрансформируемые ресурсы.
3. Основные и оборотные фонды.
4. Механизм межотраслевой конкуренции на рынке массовых и качественных ресурсов.

5. Инвестиционный процесс как основа формирования производственного потенциала.
6. Инвестиционная привлекательность отрасли. Ресурс инвестиционного развития.
7. Факторы, определяющие уровень использования производственного потенциала отрасли.
8. Воспроизводство производственного потенциала отрасли.

Практическое занятие № 4.

Тема: Методический аппарат исследования рынка и отраслевого анализа

Цель: определение отраслевых рисков. Анализ рынка сбыта должен просчитать возможность и параметры отклонения результатов деятельности определенного субъекта, связанных с нестабильной ситуацией конкретного отраслевого рынка.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы:

Знает:

- 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.

Умеет:

- 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

Владеет:

- 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.

Формируемые компетенции или их части:

ПК-6: Способен использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований, принятия управленческих решений в области бизнес

Теоретическая часть

Анализ рынка включает в себя несколько этапов. Это изучение:

1. товаров или услуг;
2. предложения и спроса;
3. поведения потенциальных и реальных потребителей;
4. конъюнктуры рынка;
5. динамики цен для оптимального продвижения своих предложений на рынке.

Анализ отраслевых рынков подразумевает своим объектом совокупность предприятий, имеющих интересы в одном секторе экономики. Так называемая хозяйственная отрасль. Она охватывает производства, распределение и потребление конкретных услуг или товаров. И цель исследования – это определение отраслевых рисков. Анализ рынка должен просчитать возможность и параметры отклонения результатов деятельности определенного субъекта, связанных с нестабильной ситуацией конкретного отраслевого рынка.

1. как сделать анализ рынка комплексно – этот вопрос необходим для четкого представления, что будет происходить с товарами или услугами конкретного субъекта отрасли. Ответ будет состоять из следующих позиций: какова конъюнктура рынка (взаимоотношения, которые образуются на рынке в определенный период времени и существующие тенденции);
2. прогноз динамики развития и роста (для краткосрочного прогнозирования важны инерционные процессы, для долгосрочного прогнозирования – вероятность изменений деятельности рынка);
3. какова ёмкость рынка (поскольку товара невозможно продать больше, чем его могут купить на определенной территории, как правило, промежуток времени берется равным одному году);
4. исследование конкурентов (понимание того, сколько будет затрачено денежных средств на борьбу с ними, либо на сопротивление их борьбе);
5. каков объем предполагаемых продаж товара или услуг (жизненно важная информация для планирования и организации функционирования конкретного предприятия).

Методы анализа рынка – это системы, позволяющие комплексно исследовать рынок в совокупности всех показателей. Различают следующие методы, с помощью которых производится исследование рынка:

1. Статистическая обработка данных;
2. Многомерные;
3. Имитационные;
4. Теория статистики;
5. Регрессионные;

6. Корреляционные;
7. Гибридные;
8. Детерминированные

Главной целью исследования является определение потенциальных возможностей и рисков, а так же создание прогнозов по возможным вариантам развития ситуаций в отрасли. На базе результатов анализа создается управленческое резюме и определяется стратегия. Задачи анализа определяют следующие факторы: темы исследуемых явлений, срочность и открытость данных. Наиболее популярными программами данных исследований являются:

1. SWOT-анализ. Изначально данный вид исследований представлял собой сбор и последующее структурирование информации о текущих тенденциях и ситуации. На сегодняшний день результатом SWOT-анализа является таблица с четырьмя графами, в которых отражают сильные и слабые стороны, угрозы и возможности. Данный вид направлен на формирования стратегии поведения предприятия на рынке.
2. PEST-анализ. Данный тип анализа предназначен для определения местоположения предприятия в отрасли и соотношения функционирования в ней. PEST-анализ призван определить какие из факторов (политические, экономические, социальные, технологические или иные) влияют на бизнес конкретного субъекта отрасли.

Вопросы и задания:

1. Методы анализа отраслевых рынков (СТЭП, СВOT, карты конкурентоспособности и др.).
2. Моделирование взаимодействия фирм на рынках различного типа.
3. Рынок и его субъекты.
4. Подходы к определению границ отраслевого рынка (Д.Робинсон, Э.Чемберлин).
5. Показатели структуры рынка.
6. Ценовая конкуренция. Ценовые и неценовые методы конкуренции.
7. Показатели рыночной власти.
8. Основные характеристики участника рынка. Производитель, потребитель, посредник.
9. Формирование и распределение отраслевого дохода.
10. Методический аппарат исследования рынка.
11. Основы теории фирмы. Природа фирмы.

Практическое занятие № 5.

Тема: Ключевые процессы и явления на отраслевых рынках.

Цель: изучение современных отраслевых рынков и их особенности. Ключевые процессы и явления на отраслевых рынках.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы:

Знает:

- 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.

Умеет:

- 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

Владеет:

- 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.

Формируемые компетенции или их части:

ПК-6: Способен использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований, принятия управленческих решений в области бизнес

Теоретическая часть

Структура отраслевого рынка непосредственно связана с поведением фирм, работающих на нем. Для того чтобы проанализировать структуру любого отраслевого рынка, нужно ответить на несколько основных вопросов.

1. Какого типа решения принимают фирмы — участники рынка (выбирают ли они цену или объем производства, определяют ли объем вводимых производственных мощностей, точки размещения новых производств и т.д.)
2. Сколько фирм действует на отраслевом рынке, фиксировано ли их количество, возможно ли вхождение новых участников?
3. Каковы ожидания фирм относительно действий конкурентов, что определяет реакцию на эти действия?
4. Каковы прогнозы участников относительно количество фирм и возможностей вхождения новых потенциальных конкурентов?

Таким образом, описать структуру отраслевого рынка, это значит оценить число его существующих и потенциальных участников и задать некоторые правила, по которым организуется их взаимодействие.

Структура рынка определяется количеством и размерами фирм, характером продукции, легкостью входа на рынок и выхода из него, доступностью информации. При анализе состояния и развития отраслевого рынка в число рассматриваемых взаимосвязанных характеристик рынка и его участников, как правило, включаются следующие:

1. уровень концентрации фирм на рынке;
2. степень дифференциации предлагаемого продукта;
3. «дополнительные издержки», нацеленные непосредственно на увеличение объема продаж; в некоторых случаях эти издержки могут существенно превышать производственные. Сюда включаются издержки маркетинга, в частности связанные с рекламой, контролем качества;
4. научные исследования и разработки; часть ресурсов направляется на поиск новых технологий и продуктов. Сюда же включаются и значительные затраты, связанные с имитацией инноваций, сделанных конкурентами.

Вопросы и задания:

1. Развитие экономических объектов: эволюционный и революционный подходы.
2. Рост фирмы и эффект масштаба. Условия рыночных взаимодействий.
3. Рыночная власть фирмы. Показатели рыночной власти. Создание стратегических барьеров входа.
4. Основные характеристики и взаимосвязи рынка. Барьеры входа и выхода, показатели ключевых факторов успеха.
5. Альтернативные трактовки природы барьеров входа.
6. Оценки возможностей входа на рынок и выхода с него: экономический аспект.
7. Классификация барьеров входа. Подходы к оценке величины барьера входа.
8. Структурные и стратегические барьеры входа.
9. Способы взаимодействия участников рынка. Интегрированные структуры.
10. Виды и мотивы интеграции. Особенности интегрированных структур в РФ.
11. Интеграция, диверсификация и монополизация. Последствия интеграции для компаний и системы рыночных взаимодействий.
12. Слияния и поглощения в механизмах отраслевого развития.
13. Мотивы слияний и поглощений. Параметры фондового рынка в оценках
14. эффективности процессов интеграции и диверсификации.
15. Продвижение продукции на рынке. Особенности трансформации продуктов.
16. Характеристики продукта. Специфика спроса и предложения, определяемые особенностями различных товаров.
17. Причины и особенности дифференциации цен на отраслевых рынках.

Практическое занятие № 6.

Тема: Особенности рынков (естественные монополии, рынки с доминированием потребителей и поставщиков, диктат производителя формы и методы).

Цель: изучить особенности рынков (естественные монополии, рынки с доминированием потребителей и поставщиков, диктат производителя формы и методы). Особенности антимонопольной политики.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы:

Знает:

- 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.

Умеет:

- 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

Владеет:

- 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.

Формируемые компетенции или их части:

ПК-6: Способен использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований, принятия управленческих решений в области бизнес

Теоретическая часть

Поведение фирмы на рынке, установление цены на продукцию и выбор объёма производства зависят от типа рынка, на котором она действует. Наиболее сильным фактором, определяющим условия функционирования того или иного рынка, является степень развития конкуренции и, как следствие возможность фирмы контролировать цену на производимую продукцию. Рыночной конкуренцией называется борьба между фирмами за ограниченный спрос потребителей. В ходе конкурентной борьбы для достижения собственных интересов приходится учитывать интересы других, ибо рынок примет только те товары, которые нужны потребителю и продаются по более низким ценам. Развитие конкурентных отношений тесно связано с силой экономической власти фирмы над рынком. Чем слабее конкуренция на рынке, тем сильнее диктат производителя, и наоборот, чем больше производителей данного товара, тем больше возможность у потребителя выбрать товар, который в наибольшей степени соответствует его потребностям и бюджету.

С понятием «рынок» тесно связаны понятия «монополия» и «конкуренция». Рыночная монополия- это преобладание одного или группы объединившихся между собой продавцов определенного товара, доминирующих на рынке, диктующих цены, устанавливающих или ограничивающих объемы продаж, довлеющих над покупателями. В принципе возможна и монополия покупателя, именуемая монополией, но она встречается реже. Монополия - враг конкуренции. Рыночная конкуренция есть состязание, противоборство разных продавцов одного и того же товара в стремлении привлечь побольше покупателей, продать большее количество товара, обойти и потеснить других продавцов.

Главными критериями классификации типов рынков являются степень свободы конкуренции и характер ценообразования, в зависимости от которых различают четыре основных типа (модели) рынков:

1. Свободный (чистой или совершенной) конкуренции;
2. Многополистической конкуренции;
3. Олигополистической конкуренции;
4. Чистой монополии

Развитие конкурентных отношений тесно связано с силой экономической власти фирмы над рынком. Чем слабее конкуренция на рынке, тем сильнее диктат производителя, и наоборот, чем больше производителей данного товара, тем больше возможность у потребителя выбрать товар, который в наибольшей степени соответствует его потребностям и бюджету.

Вопросы и задания:

1. Особенности формирования естественных монополий.
2. Виды естественных монополий.
3. Предельное ценообразование.
4. Корпоративные (ценовые и неценовые) стратегии поведения фирм на рынках.
5. Теория монопольной конкуренции.
6. Особенности антимонопольной политики.

Практическое занятие № 7.

Тема: Промышленная политика.

Цель: изучить изменения в сложившейся отраслевой структуры национальной экономики, увеличение доли приоритетных отраслей в созданном национальном продукте.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы:

Знает:

- 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.

Умеет:

- 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

Владет:

- 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.

Формируемые компетенции или их части:

ПК-6: Способен использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований, принятия управленческих решений в области бизнес

Теоретическая часть

Промышленная политика - комплекс мер государственного воздействия на распределение ресурсов общества в целях совершенствования структуры национальной экономики, поддержания конкурентоспособности отдельных отраслей и предприятий, а также экономики в целом на мировых рынках, корректировки негативных последствий действия механизма рынка. Существуют различные модели промышленной политики, особенности которых зависят от конкретно-исторических условий, в частности от этапа развития страны, ее экономического потенциала, исторических традиций, места в международном разделении труда.

Коренным вопросом промышленной политики является выбор критериев государственной поддержки. На современном этапе ими служат, в первую очередь, достижение приоритетных целей социально-экономического развития: ресурсосбережение, развитие новых производств, повышение конкурентоспособности страны в области наукоемкой и высокотехнологичной продукции, защита окружающей среды.

К механизмам промышленной политики относится стимулирование инвестиций в форме кредитов, субсидий, различных налоговых льгот, системы государственных заказов и закупок. Необходимые институциональные меры включают реструктуризацию предприятий, их приватизацию, механизмы банкротства, программы развития малого бизнеса. Важными инструментами промышленной политики служат меры по регулированию прямых иностранных инвестиций.

Вопросы и задания:

1. Основные подходы к оценке эффективности рыночной среды.
2. Социальные и экономические издержки несовершенной конкуренции.
4. Дерегулирование как основа отраслевой политики государства.
5. Конкуренция за экономические ресурсы общества.
6. Условия рыночных взаимодействий.
7. Экономические и политические решения на товарных рынках.
8. Теория и практика промышленной политики.
9. Методы и механизмы реализации промышленной политики.
10. Развитие экономических объектов: эволюционный и революционный подходы.
11. Влияние глобализации на цепочки накопления стоимости и развитие отраслей.
12. Транснациональные корпорации и проблемы воспроизводства национальных отраслевых рынков.

Практическое занятие № 8.

Тема: Стратегии развития, глобализация и цепочки накопления стоимости в стране

Цель: изучить отраслевые стратегии развития и проблемы модернизации производственных процессов. Интеграция России в систему мирохозяйственных связей.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы:

Знает:

- 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.

Умеет:

- 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

Владеет:

- 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.

Формируемые компетенции или их части:

ПК-6: Способен использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований, принятия управленческих решений в области бизнес

Теоретическая часть

Стратегия развития на микроуровне – это система управленческих, организационных и инновационных решений, направленных на реализацию стоящих перед организацией задач. Следовательно, она предполагает формирование пакета мероприятий, позволяющих структуре в перспективе изменить свое положение, что означает разработку тактических задач, обеспечивающих стратегические цели.

Стратегия развития – обобщающая модель действий, необходимых для достижения поставленных целей предприятия на основе выбранных критериев (показателей).

Стратегия развития на макроуровне – это развитие России как ведущей мировой державы XXI века, занимающей передовые позиции в глобальной экономической конкуренции и надежно обеспечивающей национальную безопасность и реализацию конституционных прав граждан.

В среднесрочной стратегической перспективе необходимо предотвратить дальнейшее увеличение разрыва между Россией и развитыми странами, а в долгосрочной перспективе – восстановить и упрочить позицию России как одной из стран-лидеров мирового развития. Исходным пунктом разработки стратегии является оценка состояния развития экономики и выявление противоречий.

Одной из главных особенностей современной экономики является то, что она должна учитывать процесса глобализации всех сторон общественной жизни (экономической, социальной, духовной, политической).

Глобализация – процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации. Основным следствием этого является мировое разделение труда, миграция в масштабах всей планеты капитала, человеческих и производственных ресурсов, стандартизация законодательства, экономических и технологических процессов, а также сближение и слияние культур разных стран. Это объективный процесс, который носит системный характер, то есть охватывает все сферы жизни общества.

Глобализация экономики – усиление взаимосвязей, взаимодействий и взаимозависимости экономик, экономических систем разных стран мира; интернационализация производства и капитала, ведущая к установлению идентичных норм и условий ведения хозяйственной деятельности в странах, различающихся уровнем развития, видом общественно-политической и социально-экономической системы.

Вопросы и задания:

1. Стратегический менеджмент в деятельности фирм. Виды стратегий.
2. Подходы к исследованию результативности отраслевых экономических систем.
3. Критерии эффективности отраслей и производств в национальной экономике.
4. Методики разработки целевых программ отраслевого развития.
5. Экономическая роль государства и возможности государства по формированию правил функционирования отраслевых рынков.
6. Проблемы выбора ключевых показателей.
7. Развитие экономических объектов: эволюционный и революционный подходы.
9. Роль экспортноориентированных и импортоориентированных отраслей в обеспечении сбалансированного развития экономики. Причины товарного экспорта.

Список рекомендуемой литературы

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. Базиков, А.А. Маркетинг и логистика в структуре разделов экономики : учебное пособие / А.А. Базиков, В.Л. Базикова. - 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>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.economy.gov.ru> – сайт Министерства экономического развития Российской Федерации

2. <http://www.stavinvest.ru/> - сайт Министерства экономического развития Ставропольского края

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические рекомендации

по организации самостоятельной работы обучающихся
по дисциплине «МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА»
для студентов направления подготовки /специальности
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) образовательной программы Управление бизнесом

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Методические указания по дисциплине «Методы исследования рынка» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины и содержат задания к самостоятельной работе, порядок их выполнения и методические рекомендации к ним. Предназначены для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Составитель: к. э. н., доц. Коваленко А.А.

Рецензент: д. э. н., доц. Штапова И.С.

Введение

Рыночная структура – это совокупность отражающих отраслевые особенности признаков рыночной организации, обуславливающих способ установления цены и объема выпуска, а также определяющих характер взаимодействия фирм отрасли.

Руководство фирмы должно выяснить, обладает ли фирма внутренними силами, чтобы воспользоваться внешними возможностями, и существуют ли у нее слабые стороны, которые могут усложнить проблемы, связанные с внешними опасностями.

При исследовании рынка необходимо обратить внимание на семь областей анализа:

- конкурентоспособность и желаемая доля рынка в процентах к его общей емкости, являющаяся существенной целью для компании;
- разнообразие и качество ассортимента изделий, которые постоянно контролируются и оцениваются высшим руководством;
- рыночная демографическая статистика, контроль над изменениями на рынках и в интересах потребителей;
- рыночные исследования и разработки новых товаров и услуг;
- предпродажное и послепродажное обслуживание клиентов, являющееся одним из слабых мест в предпринимательстве;
- эффективный сбыт, реклама и продвижение товара (агрессивная, компетентная группа сбытовиков может оказаться самым ценным состоянием фирмы; творчески направленная реклама и продвижение товара служит хорошим дополнением к ассортименту изделий);
- прибыль.

Исследование рынка – один из важнейших аспектов деятельности предприятия, который должен дать ответы на вопросы о том, кто, почему и в каких количествах покупает или будет покупать продукцию предприятия. Отечественный и зарубежный опыт свидетельствует о том, что слабое знание рынка является одной из главных причин несостоятельности многих коммерческих проектов. К числу основных задач предприятия относится определение спроса и емкости каждого конкретного рынка по каждому виду товаров (услуг). Эти показатели будут характеризовать возможные объемы сбыта товаров (услуг). От того, насколько тщательно изучены и определены уровень и структура спроса, тенденции его изменения, будет зависеть как успех предприятия на рынке, так и время, в течение которого оно может удержать на нем свои позиции.

Формируемые в процессе изучения компетенции:

ПК-6: Способен использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований, принятия управленческих решений в области бизнес

Результаты освоения дисциплины в разрезе компетенций:

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.

Методические указания содержат рекомендации к практическим работам студентов и список рекомендованной литературы.

1 Общая характеристика самостоятельной работы

Цель изучения дисциплины – формирование у студентов комплексного представления о закономерностях развития рынков, системе и методах регулирования рыночных отношений, о государственной экономической политике, ориентированной на решение задач, определяемых специфическими особенностями видов экономической деятельности и товарных рынков.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с историей развития теории рыночных взаимодействий, методологическими и методическими основами исследования поведения; компаний в зависимости от специфики отрасли и особенностей структуры рынка.

- студенты должны освоить теоретические модели анализа рынков, приобрести навыки ситуационного анализа поведения и стратегий различных типов рыночных структур.

- подготовить студентов к применению полученных знаний при проведении научных исследований.

Формируемые в процессе изучения 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 в разрезе компетенций:

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.

2 План-график выполнения самостоятельной работы

Виды и содержание самостоятельной работы студента и формы контроля

Технологическая карта самостоятельной работы студента

Код реализуемой компетенции	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов
6 семестр				
ПК-6	Самостоятельное изучение литературы по темам	конспект	Тестирование	
ПК-6	Подготовка к практическому занятию	Типовое задание	Собеседование	
Итого 6 семестр				

3 Методические рекомендации по изучению теоретического материала

При изучении дисциплины «Методы исследования рынка» предусмотрено изучение теоретического материала.

Форма контроля данного вида СРС: собеседование.

Вопросы для собеседования:

Компетенция (и) (знания, умения и навыки) ПК-6

Базовый уровень

1. Предмет исследования и основные категории экономики отраслевых рынков.
2. Особенности выделения отраслевых подсистем в экономике.
3. Объекты отраслевого анализа.
4. Рынок и отрасль – различие взглядов на соотношение данных понятий в основных научных школах.
5. Отрасли в системе межотраслевых взаимодействий.
6. Функции отраслей в экономике и взаимосвязи между рынками ресурсов и конечной продукции.
7. Информационная база отраслевых исследований.
8. Виды информации, используемой для исследования отраслей и рынков продукции.
9. Функции основных показателей при проведении анализа ситуации в отрасли.
10. Межотраслевой баланс производства и распределения продукции и его использование.
11. Отраслевые ресурсы и формирование производственного потенциала отраслей
12. Структура отраслевых затрат.
13. Трансформируемые и нетрансформируемые ресурсы.
14. Основные и оборотные фонды.
15. Механизм межотраслевой конкуренции на рынке массовых и качественных ресурсов.

16. Инвестиционный процесс как основа формирования производственного потенциала.
17. Инвестиционная привлекательность отрасли. Ресурс инвестиционного развития.
18. Методический аппарат исследования рынка и отраслевого анализа
19. Методы анализа отраслевых рынков (СТЭП, SWOT, карты конкурентоспособности и др.).
20. Моделирование взаимодействия фирм на рынках различного типа.
21. Рынок и его субъекты.
22. Подходы к определению границ отраслевого рынка (Д. Робинсон, Э. Чемберлин).
23. Показатели структуры рынка.
24. Ценовая конкуренция. Ценовые и неценовые методы конкуренции.
25. Показатели рыночной власти.
26. Основные характеристики участника рынка. Производитель, потребитель, посредник.
27. Ключевые процессы и явления на отраслевых рынках
28. Развитие экономических объектов: эволюционный и революционный подходы.
29. Рост фирмы и эффект масштаба. Условия рыночных взаимодействий.
30. Рыночная власть фирмы. Показатели рыночной власти. Создание стратегических барьеров входа.
31. Основные характеристики и взаимосвязи рынка. Барьеры входа и выхода,
32. показатели ключевых факторов успеха.
33. Альтернативные трактовки природы барьеров входа.
34. Оценки возможностей входа на рынок и выхода с него: экономический аспект.
35. Классификация барьеров входа. Подходы к оценке величины барьера входа.
36. Структурные и стратегические барьеры входа.
37. Способы взаимодействия участников рынка. Интегрированные структуры.
38. Виды и мотивы интеграции. Особенности интегрированных структур в РФ.
39. Интеграция, диверсификация и монополизация. Последствия интеграции для компаний и системы рыночных взаимодействий.
40. Слияния и поглощения в механизмах отраслевого развития.
41. Мотивы слияний и поглощений. Параметры фондового рынка в оценках эффективности процессов интеграции и диверсификации
42. Особенности рынков (естественные монополии, рынки с доминированием потребителей и поставщиков, диктат производителя формы и методы).
43. Особенности формирования естественных монополий.
44. Виды естественных монополий.

45. Предельное ценообразование.
 46. Корпоративные (ценовые и неценовые) стратегии поведения фирм на рынках.
 47. Промышленная политика
 48. Основные подходы к оценке эффективности рыночной среды.
 49. Социальные и экономические издержки несовершенной конкуренции.
 50. Дерегулирование как основа отраслевой политики государства.
 51. Конкуренция за экономические ресурсы общества.
 52. Условия рыночных взаимодействий.
 53. Экономические и политические решения на товарных рынках.
 54. Теория и практика промышленной политики.
 55. Методы и механизмы реализации промышленной политики.
 56. Стратегии развития, глобализация и цепочки накопления стоимости в стране
 57. Стратегический менеджмент в деятельности фирм. Виды стратегий.
 58. Подходы к исследованию результативности отраслевых экономических систем.
 59. Критерии эффективности отраслей и производств в национальной экономике.
 60. Методики разработки целевых программ отраслевого развития.
Компетенция(и) (знания, умения и навыки) ПК-6
Повышенный уровень
1. Принципы и методы группировки производств по отраслевым признакам.
 2. Формирование системы экономических отношений на локальном рынке
 3. Взаимосвязи отраслевой и функциональной структуры экономики
 4. Конкуренция отрасли на рынке ресурсов и на рынке продукции
 5. Факторы, определяющие уровень использования производственного потенциала отрасли
 6. Воспроизводство производственного потенциала отрасли
 7. Формирование и распределение отраслевого дохода
 8. Методический аппарат исследования рынка
 9. Основы теории фирмы. Природа фирмы
 10. Продвижение продукции на рынке. Особенности трансформации продуктов
 11. Характеристики продукта. Специфика спроса и предложения, определяемые особенностями различных товаров
 12. Причины и особенности дифференциации цен на отраслевых рынках
 13. Теория монопольной конкуренции
 14. Особенности антимонопольной политики
 15. Развитие экономических объектов: эволюционный и революционный подходы

16. Влияние глобализации на цепочки накопления стоимости и развитие отраслей
17. Транснациональные корпорации и проблемы воспроизводства национальных отраслевых рынков
18. Проблемы выбора ключевых показателей
19. Развитие экономических объектов: эволюционный и революционный подходы
20. Экономическая роль государства и возможности государства по формированию правил функционирования отраслевых рынков.

Список рекомендуемой литературы

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. Базиков, А.А. Маркетинг и логистика в структуре разделов экономики : учебное пособие / А.А. Базиков, В.Л. Базикова. - 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>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.economy.gov.ru> – сайт Министерства экономического развития Российской Федерации

2. <http://www.stavinvest.ru/> - сайт Министерства экономического развития Ставропольского края

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические рекомендации

по выполнению контрольных работ
по дисциплине «МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА»
для студентов направления подготовки /специальности
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) образовательной программы Управление бизнесом

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Методические указания по дисциплине «Методы исследования рынка» содержат задания и методику выполнения контрольных работ. Предназначены для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Составитель: к. э. н., доц. Коваленко А.А.

Рецензент: д. э. н., доц. Штапова И.С.

ВВЕДЕНИЕ

Целями освоения дисциплины «Методы исследования рынка» являются: формирование у студентов комплексного представления о закономерностях развития рынков, системе и методах регулирования рыночных отношений, о государственной экономической политике, ориентированной на решение задач, определяемых специфическими особенностями видов экономической деятельности и товарных рынков..

Задачами освоения дисциплины «Методы исследования рынка» являются:

- познакомить студентов с историей развития теории рыночных взаимодействий, методологическими и методическими основами исследования поведения; компаний в зависимости от специфики отрасли и особенностей структуры рынка.
- студенты должны освоить теоретические модели анализа рынков, приобрести навыки ситуационного анализа поведения и стратегий различных типов рыночных структур.
- подготовить студентов к применению полученных знаний при проведении научных исследований.

1. Цели, задачи и реализуемые компетенции

В соответствии с программой изучения дисциплины «Методы исследования рынка» студенты выполняют одну контрольную работу.

Контрольная работа – одна из форм проверки и оценки усвоенных знаний по дисциплине «Методы исследования рынка», получения информации о характере познавательной деятельности, уровня самостоятельности и активности студентов в учебном процессе, эффективности методов, форм и способов учебной деятельности. Отличительной чертой письменной контрольной работы является ее большая объективность по сравнению с устным опросом.

Целью выполнения контрольной работы являются:

- систематизация, решение и закрепление теоретических и практических знаний по дисциплине «Методы исследования рынка»;
- формирование навыков и умения самостоятельной аналитической работы студента со специальной литературой, законодательными, нормативными и статистическими материалами.

Для письменной контрольной работы важно, чтобы система заданий предусматривала как выявление знаний по определенной теме (разделу) изучаемой дисциплины понимание сущности предметов и явлений, их закономерностей, так и умение самостоятельно делать обобщения, творчески использовать знания и навыки.

Контрольная работа – это самостоятельная работа студента, которая требует серьезной подготовки, является важнейшим средством изучения учебной дисциплины, повышения теоретического и методического уровня профессиональных знаний студентов.

Реализуемые компетенции

ПК-6	Способен использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований, принятия управленческих решений в области бизнес
------	--

В состав контрольной работы входит четыре вопроса.

Задания по контрольной работе выдаются в сроки, установленные учебным планом. Работа выполняется в течении учебного семестра, в соответствии с календарным графиком, согласно которому устанавливаются конкретные сроки сдачи работы – не позднее, чем за 2-3 недели до сессии.

Вариант контрольной работы выбирается из перечня тематик контрольных работ в соответствии с последней цифрой шифра студента.

Вариант № 1

Базовый уровень

1. Параметры отраслевого развития

Повышенный уровень

2. Последовательность этапов проведения маркетинговых исследований

Вариант № 2

Базовый уровень

1. Ресурсы отраслевого развития

Повышенный уровень

2. Информация в маркетинговых исследованиях.

Вариант № 3

Базовый уровень

1. Основные теоретические подходы к исследованию отраслей и рынков продукции

Повышенный уровень

- . Анализ документов как метод маркетингового исследования.

Вариант № 4

Базовый уровень

1. Выделение отрасли в системе макроэкономической статистики

Повышенный уровень

2. Наблюдение как метод маркетингового исследования.

Вариант № 5

Базовый уровень

1. Производственный потенциал отраслей

Повышенный уровень

2. Применение метода интервью в маркетинговом исследовании.

Вариант № 6

Базовый уровень

1. Основные методы оценки рынка и рыночных отношений как внешней среды предприятия

Повышенный уровень

2. Опрос как метод маркетингового исследования.

Вариант № 7

Базовый уровень

1. Современные отраслевые рынки и их особенности

Повышенный уровень

2. Измерения в маркетинговых исследованиях.

Вариант № 8

Базовый уровень

1. Дискриминационное ценообразование на отраслевых рынках

Повышенный уровень

2. Принципы составления анкеты для маркетингового исследования.

Вариант № 9

Базовый уровень

1. Роль государства по формированию правил функционирования отраслевых рынков

Повышенный уровень

2. Выборка в маркетинговом исследовании.

Вариант № 10

Базовый уровень

1. Отраслевые стратегии развития

Повышенный уровень

2. Виды статистического анализа в маркетинговом исследовании.

Вариант № 11

Базовый уровень

1. Проблемы модернизации производственных процессов

Повышенный уровень

2. Применение экспертных оценок в маркетинговом исследовании.

Вариант № 12

Базовый уровень

2. Рыночная власть фирмы в концепции «структура – поведение – результат»

Повышенный уровень

1. Составление итогового отчета в маркетинговом исследовании.

Вариант № 13

Базовый уровень

1. Основные методы анализа цепочек накопления стоимости

Повышенный уровень

2. Исследование рынка (внешней предпринимательской среды) в маркетинге.

Вариант № 14

Базовый уровень

1. Организация структуры рынка

Повышенный уровень

2. Изучение потребителей в маркетинге.

Вариант № 15

Базовый уровень

1. Интеграция, диверсификация и монополизация в отраслях

Повышенный уровень

2. Изучение нового товара в маркетинге.

Вариант № 16

Базовый уровень

1. Современные подходы к исследованию рынков с дифференцированным товаром

Повышенный уровень

2. Изучение цен в маркетинге.

Вариант № 17

Базовый уровень

1. Роль антимонопольной политики государства в регулировании рыночных отношений

Повышенный уровень

2. Маркетинговые исследования рекламной деятельности.

Вариант № 18

Базовый уровень

1. Стимулирование развития товарных рынков и отраслей

Повышенный уровень

2. Изучение конкурентной среды в маркетинге.

Вариант № 19

Базовый уровень

1. Интеграция России в систему мирохозяйственных связей

Повышенный уровень

2. Роль гипотезы в маркетинговом исследовании.

Вариант № 20

Базовый уровень

1. Особенности взаимодействия сопряженных рынков

Повышенный уровень

2. Синдикативная информация в маркетинге

4. Общие требования к написанию и оформлению работы

Выполненная контрольная работа по дисциплине «Методы исследования рынка» должна иметь объем 23-25 страницы стандартной ученической тетради или не должен превышать 15-17 страниц машинописного текста.

Титульный лист оформляется по установленному образцу (выдается на кафедре).

В титульном листе должны быть указаны следующие данные: № контрольной работы, полное название предмета – «Зоны роста мировой экономики», № группы, отделение – «заочное», шифр, № варианта, Ф.И.О. студента, его домашний адрес.

Работа пишется от руки через строку (если тетрадь в клетку) черными или фиолетовыми чернилами, разборчивым почерком, аккуратно, без помарок, исправлений и сокращений. Обязательное наличие полей (3-4 см) для замечаний преподавателя.

Работа может быть выполнена на компьютере. Текст следует печатать через 1,5 интервала на листах формата А4 (210*297 мм) 14 компьютерным шрифтом. Размеры оставляемых полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, нижнее и верхнее – 20 мм.

Работа должна быть выполнена строго в соответствии с вариантом студента. Перед ответами на поставленные вопросы контрольной работы пишется сам вопрос, а затем дается ответ. Нельзя изменять формулировку вопросов задания контрольной работы. Нельзя списывать текст учебника или источника дословно, следует излагать его своими словами.

В начале контрольной работы рекомендуется в порядке введения написать (в объеме 1-2 страниц), а затем приступить непосредственно к ответам по вопросам выбранного варианта.

Ответы на вопросы должны быть изложены конкретно, логично, грамотно, чтобы преподаватель мог понять ход рассуждений студента. Не следует перегружать работу цитатами, но если приводится цитата, ее необходимо писать дословно, брать в кавычки и указывать ее источник.

Страницы следует пронумеровать арабскими цифрами.

Самым существенным требованием к контрольной работе является ее самостоятельное исполнение, ее индивидуальный характер, умение рассуждать и делать выводы и обобщения, показать собственное отношение к проблеме. По ходу изложения материала необходимо делать ссылки на используемые источники, которые цитируются автором, или же при воспроизведении схем, таблиц диаграмм и т.д.

Большим недостатком является использование устаревшего материала, особенно данных, характеризующих процессы, происходящие в настоящее время.

Желательно использовать материал региона, города, увязывая его с местом работы студента.

Цифровой материал оформляется в виде таблиц. Содержательный заголовок должен быть помещен над таблицей, подчеркивать заголовок не следует.

Также как и рисунки, таблицы имеют сквозную единую нумерацию. Графу № *n.n.* в таблицу включать не следует. Таблица должна размещаться сразу после ссылки на нее в тексте пронумеровать ее графы и повторять их нумерацию на следующей странице. Эту страницу начинают с надписи: *Продолжение табл.* с указанием ее номера.

Формулы, помещенные в тексте, имеют сквозную (единую) нумерацию арабскими цифрами. Номер формулы следует заключать в круглые скобки и помещать на правой стороне листа на уровне нижней строки формулы, к которой он относится.

Расшифровка значений символов и числовых коэффициентов должна производиться в тексте непосредственно под формулой в той последовательности, в какой они даны в формуле. Значение символа и смыслового коэффициента следует писать с новой строки. Первую строку расшифровки начинают со слова «где», двоеточие после него не ставится.

В конце работы следует привести список книг, учебных пособий, публикаций и тех источников, которые студент использовал для написания контрольной работы. На неопубликованные источники ссылаться нельзя.

При оформлении списка литературы указывают: фамилию и инициалы автора, название книги, место издания, издательство и год издания, количество страниц. Фамилия автора пишется в именительном падеже. Если авторов несколько, то их фамилии с инициалами указывают, в той последовательности, как они печатаются в книге. Заглавие книги приводится в том виде, как оно написано на титульном листе. Место издания пишется полностью в именительном падеже; сокращенное только для городов Москва (*М*) и Санкт-Петербург (*СПб*).

Сведения в статье из журнала и т.п. включают: фамилию, инициалы автора, название статьи, наименование издания, год выпуска, номер издания.

Каждый источник в списке литературы имеет свой порядковый номер строго по алфавиту. При упоминании в тексте контрольной работы использованного источника, указывают его порядковый номер в квадратных скобках и соответствующую страницу. Номер варианта контрольной работы определяется в соответствии с двумя последними цифрами зачетной книжки студента.

5. Рекомендации по выполнению задания

Процесс выполнения контрольной работы включает следующие этапы:

- подбор и изучение теоретического материала по вопросам контрольной работы;
- составление плана по каждому из теоретических вопросов работы;
- написание контрольной работы.

Для качественного выполнения контрольной работы при подборе литературных (учебных) материалов студенту целесообразно определить те источники, которые позволят наиболее полно раскрыть тематику вопроса. Широкий круг привлекаемой литературы теоретического и практического характера, самостоятельная, аналитическая работа с нею позволяют реализовать главное требование контрольной работы – углубленное изучение дисциплины с элементами научного творчества, формирование профессионализма студентов. Изучение литературы заканчивается уточнением плана работы, формулировкой наиболее важных тезисов и в заключение всего – написание самого текста контрольной работы.

В часы консультаций студент может обращаться к преподавателю с вопросами, возникающими в процессе подготовки к написанию контрольной работы.

Контрольная работа должна быть выполнена и написана лично студентом.

На проверку контрольной работы отводится 3 дня. Оценивается работа по форме «зачтено» или «не зачтено». После проверки контрольной работы студенту выдается рецензия, в которой преподавателем указаны положительные и отрицательные моменты выполнения контрольной работы студентом. При незачете работы или значительных замечаниях студент производит доработку работы и вновь сдает ее на проверку.

6. Порядок защиты работы

На проверку контрольной работы отводится 3 дня. Оценивается работа по форме «зачтено» или «не зачтено».

После проверки контрольной работы студенту выдается рецензия, в которой преподавателем указаны положительные и отрицательные моменты выполнения контрольной работы студентом. При незачете работы или значительных замечаниях студент производит доработку работы и вновь сдает ее на проверку.

7. Список рекомендуемой литературы

7.1. 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>

7.2. 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. Базиков, А.А. Маркетинг и логистика в структуре разделов экономики : учебное пособие / А.А. Базиков, В.Л. Базикова. - 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>

7.3. Интернет-ресурсы:

1. <http://www.economy.gov.ru> – сайт Министерства экономического развития Российской Федерации

2. <http://www.stavinvest.ru/> - сайт Министерства экономического развития Ставропольского края