

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шабалин Тимур Александрович

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 25.04.2024 09:10:58

Уникальный программный ключ: «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

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
38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль): «Управление бизнесом»

Пятигорск
2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

Тема 1 Введение в экономику отраслей и рынков продукции

Тема 2 Объект и информационная база отраслевых исследований

Тема 3 Отраслевые ресурсы и формирование производственного потенциала отраслей

Тема 4 Методический аппарат исследования рынка и отраслевого анализа

Тема 5 Ключевые процессы и явления на отраслевых рынках

Тема 6 Особенности рынков (естественные монополии, рынки с доминированием потребителей и поставщиков, диктат производителя формы и методы)

Тема 7 Промышленная политика

Тема 8 Стратегии развития, глобализация и цепочки накопления стоимости в стране

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Введение

Целью освоения дисциплины является формирование профессиональной компетенции (ИД-2 ПК-6) будущего бакалавра по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и 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.

Материал курса обеспечивает знание общих методов исследования рынка.

Формируемые в процессе изучения компетенции:

ИД-2 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:

Осуществляет анализ информации с применением современных информационных технологий и программных средств для решения научных и прикладных задач в управлении бизнесом

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

Задачи методических указаний по выполнению практических работ по дисциплине «Методы исследования рынка»:

1. изучить экономику отраслей и рынков продукции;
2. выявить объект и информационная база отраслевых исследований;
3. проанализировать отраслевые ресурсы и формирование производственного потенциала отраслей;
4. изучить методический аппарат исследования рынка и отраслевого анализа;
5. проанализировать ключевые процессы и явления на отраслевых рынках;
6. выявить особенности рынков (естественные монополии, рынки с доминированием потребителей и поставщиков, диктат производителя формы и методы);
7. изучить промышленную политику;
8. изучить стратегии развития, глобализация и цепочки накопления стоимости в стране

Проведение практических занятий предполагает активную, целенаправленную работу обучающихся

Цель практического занятия – усвоение важнейших вопросов курса и выступление каждого студента на каждом практическом занятии. На практическом занятии студенты должны уметь объяснить понимание ими вопросов темы. Для этого при подготовке к практическому занятию студент должен внимательно изучить литературу и методические указания, подготовиться и ответить на любой вопрос темы практического занятия, продолжить выступление предыдущего выступающего. Студент может использовать основные нормативные акты и конспекты изученной литературы. Каждый студент должен по

указанию преподавателя отрецензировать сообщение, сделанное предыдущим выступающим.

Текущая аттестация качества усвоения бакалаврами полученных в процессе обучения знаний

Текущая аттестация работы студентов осуществляется в процессе проведения практических занятий на протяжении семестра путем оценки устных ответов, а также разработки проектного задания.

Если студент не выполнил предложенное задание, а также не проявлял активности на практических занятиях, то его работа в течение семестра оценивается как неудовлетворительная. Если студент пропускает занятия по уважительной причине (по болезни, индивидуальным графиком обучения), то он выполняет задания самостоятельно во внеаудиторное время. При этом тесты могут быть заменены разбором проблемных ситуаций по названным темам. Предполагается также промежуточная аттестация в форме выполнения письменной работы в виде доклада.

Итоговой формой контроля по дисциплине выступает зачет, который проводится в 6 семестре.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие № 1,2

Тема 1. 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.

Задачи: определить предмет исследования и основные категории экономики отраслевых рынков; выявить особенности выделения отраслевых подсистем в экономике; изучить объекты отраслевого анализа; определить понятия рынок и отрасль и определить различие взглядов на соотношение данных понятий в основных научных школах; изучить отрасли в системе межотраслевых взаимодействий; проанализировать функции отраслей в экономике и взаимосвязи между рынками ресурсов и конечной продукции; определить принципы и методы группировки производств по отраслевым признакам; изучить механизм формирования системы экономических отношений на локальном рынке.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции:

В процессе изучения данной темы студенты должны знать:

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. принципы и методы группировки производств по отраслевым признакам
8. формирование системы экономических отношений на локальном рынке

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:
ИД-2 ПК-6.

Актуальность темы состоит в особенности выделения отраслевых рынков в отраслях экономики и формировании системы экономических отношений на локальном рынке.

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. 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. Принципы и методы группировки производств по отраслевым признакам.
8. Формирование системы экономических отношений на локальном рынке.

Литература:

Перечень основной литературы:

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>

Перечень дополнительной литературы:

1. 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>
2. 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>

Интернет-ресурсы

1. <http://biblioclub.ru> (Сайт ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
2. <http://www.economicus.ru/nfprk/pe.php> (Образовательный портал «Economicus.ru»)
3. <http://www.consultant.ru/> (Официальный сайт компании «Консультант- Плюс»).
4. <http://www.garant.ru/> (Сайт информационно-правового портала «Гарант»).
5. <http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов).

Практическое занятие № 3,4

Тема 2. Объект и информационная база отраслевых исследований

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

Задачи: изучить информационную базу отраслевых исследований, изучить виды информации, используемой для исследования отраслей и рынков продукции; проанализировать функции основных показателей при проведении анализа ситуации в отрасли; изучить межотраслевой баланс производства и распределения продукции и его использование; выявить взаимосвязи отраслевой и функциональной структуры экономики; изучить конкуренцию отрасли на рынке ресурсов и на рынке продукции.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции: в процессе изучения данной темы студенты должны знать:

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

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции: ИД-2 ПК-6.

Актуальность темы заключается в том, что в современных условиях важным условием проведения исследований является четкое определение базы и инструментария проведения.

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.

Проведение маркетинговых исследований - важнейшая составляющая аналитической функции маркетинга.

Система маркетинговой информации - постоянно действующая система взаимосвязи людей, оборудования и методических приемов предназначенная для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения актуальной своевременной и точной информации для использования ее в сфере маркетинга с целью планирования, претворения в жизнь и контроля за использованием маркетинговых мероприятий.

Под маркетинговой информацией понимают цифры, факты, сведения и другие данные, необходимые для обеспечения аналитических потребностей маркетинга.

Выделяют два главных признака классификации источников информации:

1. По способу получения вся информация делится на:
 - 1.1. внутреннюю, собираемую и обрабатываемую служащими данной фирмы. Внутренними источниками служат отчеты компаний, бухгалтерские и финансовые документы, интервью с работниками маркетингового отдела, рекламации потребителей, планы производства и т.д.
 - 1.2. внешнюю, собираемую за пределами предприятия (данные официальной статистики, периодической печати, результаты научных исследований, законы, указы, постановления государственных органов, информация отраслей, бирж, курсы акций).
2. по назначению вся информация делится на:
 - 2.1. первичную, специально собираемую по мере возникновения маркетинговых проблем. Ее сбор осуществляется путем наблюдений, опросов, экспериментальных исследований и т.п.;
 - 2.2. специализированную, регулярно собираемую сторонними маркетинговыми организациями по специальному заказу (или программе) фирмы;
 - 2.3. вторичную, собираемую для других исследований, но являющуюся полезной при решении данной проблемы.

Информацию собирают и анализируют с помощью четырех вспомогательных систем, которые в совокупности своей и составляют систему маркетинговой информации:

1. Система внутренней отчетности /у любой фирмы существует внутренняя отчетность, отражающая показатели текущего сбыта, суммы издержек, объема материальных запасов, движение денежной наличности, данные о дебиторах и кредиторах/.
2. Система сбора внешней текущей маркетинговой информации информирует руководителей о самых последних событиях, происходящих в коммерческой среде.
3. Система анализа маркетинговой информации.
4. Система маркетинговых исследований.

Маркетинговое исследование – это систематический поиск, сбор, анализ и представление данных и сведений, относящихся к конкретной рыночной ситуации, с которой пришлось столкнуться предприятию.

Главное внимание в маркетинговых исследованиях уделяется рыночным аспектам: оценка состояния и тенденций /конъюнктуры/ развития рынка, исследование поведения потребителей, анализ деятельности конкурентов, поставщиков, посредников, изуче-

ние комплекса маркетинга, включающего управление товарным ассортиментом, ценообразование и разработку стратегии цен, формирование каналов сбыта продукции и направленное применение средств стимулирования.

Цели маркетинговых исследований можно разбить на три группы:

1. поисковые - предусматривают сбор каких-либо предварительных данных, помогающих прояснить проблему и выработать ряд рабочих гипотез;
2. описательные - предусматривают описание отдельных явлений и фактов;
3. экспериментальные - предусматривают проверку рабочих гипотез, например, о наличии и формах причинно-следственных связей между спросом на товары, характеристиками товара и самого потребителя;
4. оправдательные - направленные на подкрепление уже сформировавшегося мнения или убеждения.

Задачи маркетинговых исследований:

1. Изучение характеристик рынка;
2. Замеры потенциальных возможностей рынка;
3. Анализ распределения долей рынка между фирмами;
4. Анализ сбыта;
5. Изучение тенденций деловой активности;
6. Изучение товаров конкурентов;
7. Краткосрочное прогнозирование;
8. Изучение реакции на новый товар и его потенциала;
9. Долгосрочное прогнозирование;
10. Изучение политики цен.

Проведение маркетингового исследования целесообразно в следующих случаях:

1. Недостаточный объем информации для принятия решения;
2. Наличие внутренних противоречий относительно стратегии, целей, механизмов их реализации;
3. Ухудшение ситуации (потеря рынка, замедление товарооборота);
4. Изучение причин неожиданного успеха;
5. Формирование новых стратегических или тактических замыслов.

Маркетинговые исследования сопровождают маркетинговую деятельность на двух уровнях:

1. макроуровне — анализ состояния рынка и тенденции его развития;
2. микроуровне — анализ и прогноз собственных возможностей предприятия: его конкурентоспособность, развитие рынка, на котором функционирует предприятие.

Каждая фирма самостоятельно определяет тему, размеры маркетинговых исследований, исходя из возможностей и потребностей в данном виде информации.

При проведении маркетинговых исследований необходимо руководствоваться следующими основными принципами:

1. системность,
2. комплексность,
3. объективность,
4. экономичность,
5. тщательность,
6. регулярность,
7. точность,
8. оперативность.

Процедуру маркетингового исследования можно разделить на следующие блоки:

1. Разработка концепции исследования (определение целей исследования и постановка проблемы; формирование рабочей гипотезы).
2. Разработка программы исследования (определение системы показателей и потребности в информации; выбор методов исследования и рабочего инструментария;

формирование выборки).

3. Процесс получения данных (техническая организация сбора данных; сбор данных).
4. Процесс обработки и представления данных (процесс технической обработки данных; анализ данных; разработка выводов и рекомендаций; оформление и презентация отчетов).
5. Проверка адекватности результатов и выводов.

Вопросы и задания:

1. Что является информационной базой отраслевых исследований?
2. Какие виды информации, используемой для исследования отраслей и рынков продукции?
3. Перечислите функции основных показателей при проведении анализа ситуации в отрасли.
4. Что представляет собой межотраслевой баланс производства и распределения продукции и его использование?
5. Каковы взаимосвязи отраслевой и функциональной структуры экономики.
6. Дайте понятие конкуренции отрасли на рынке ресурсов и на рынке продукции.
7. Укажите источники получения вторичной информации.
8. Назовите приемы получения первичной информации.
9. Что представляет собой конкурентная среда?

Литература:

Перечень основной литературы:

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>

Перечень дополнительной литературы:

1. 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>
2. 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>

Интернет-ресурсы

1. <http://biblioclub.ru> (Сайт ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
2. <http://www.economicus.ru/nfprk/pe.php> (Образовательный портал «Economicus.ru»)
3. <http://www.consultant.ru/> (Официальный сайт компании «Консультант- Плюс»).
4. <http://www.garant.ru/> (Сайт информационно-правового портала «Гарант»).

5. <http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов).

Практическое занятие № 5,6,7

Тема 3. Отраслевые ресурсы и формирование производственного потенциала отраслей

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

Задачи: изучить структуру отраслевых затрат, изучить понятие трансформируемых и нетрансформируемых ресурсов, изучить основные и оборотные фонды, исследовать механизм межотраслевой конкуренции на рынке массовых и качественных ресурсов, изучить инвестиционный процесс как основу формирования производственного потенциала, проанализировать инвестиционную привлекательность отрасли, изучить ресурсы инвестиционного развития, выявить факторы, определяющие уровень использования производственного потенциала отрасли, изучить воспроизводство производственного потенциала отрасли.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции: в результате освоения данной темы студенты должны знать следующие вопросы:

1. Структура 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

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:
ИД-2 ПК-6.

Актуальность темы заключается в том, что проблема эффективности использования потенциала предприятий на основе ресурсосбережения на сегодняшний день довольно важна для всех предприятий, несмотря на общеотраслевые особенности, объемы и другие обстоятельства организации. Разработаны достаточно эффективные технологии, методы и способы ресурсосбережения, однако тем временем, остаются неурегулированные вопросы, а также отрицательные моменты в концепции производственного потенциала предприятий на основе ресурсосбережения.

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 *организация* 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-психологиче

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. Проанализируйте структуру отраслевых затрат.
2. Дайте характеристику трансформируемым и нетрансформируемым ресурсам.
3. Что представляют собой основные и оборотные фонды?
4. Охарактеризуйте механизм межотраслевой конкуренции на рынке массовых и качественных ресурсов.
5. Дайте понятие инвестиционному процессу как основе формирования производственного потенциала.
6. Что представляет собой инвестиционная привлекательность отрасли?
7. Какие ресурсы инвестиционного развития Вам известны?
8. Какие факторы определяют уровень использования производственного потенциала отрасли?

Литература:

Перечень основной литературы:

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>

Перечень дополнительной литературы:

1. 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>
2. 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>

Интернет-ресурсы

1. <http://biblioclub.ru> (Сайт ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
2. <http://www.economicus.ru/nfprk/pe.php> (Образовательный портал «Economicus.ru»)
3. <http://www.consultant.ru/> (Официальный сайт компании «Консультант- Плюс»).
4. <http://www.garant.ru/> (Сайт информационно-правового портала «Гарант»).
5. <http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов).

Практическое занятие № 8, 9, 10

Тема 4 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.

Задачи: изучить методы анализа отраслевых рынков (СТЭП, SWOT, карты конкурентоспособности); проанализировать моделирование взаимодействия фирм на рынках различного типа; определить рынок и его субъекты; изучить подходы к определению границ отраслевого рынка; научиться рассчитывать показатели структуры рынка; изучить ценовую конкуренцию и методы конкуренции, изучить показатели рыночной власти, определить основные характеристики участников рынка, изучить механизм формирования и распределение отраслевого дохода, проанализировать методический аппарат исследования рынка, изучить основы теории фирмы.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции: в процессе изучения темы студенты должны знать

1. Методы анализа отраслевых рынков (СТЭП, SWOT, карты конкурентоспособности и др.)
2. Моделирование взаимодействия фирм на рынках различного типа

3. Рынок и его субъекты
4. Подходы к определению границ отраслевого рынка
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

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:
ИД-2 ПК-6.

Актуальность темы заключается в том, что **исследование рынка - неотъемлемая часть работы предприятия**. Исследования рынка предполагают определение и оценку рынков предприятия и внешней среды с целью выявления привлекательных возможностей, обнаружения трудностей и слабых мест в работе предприятия. Эффективный анализ рынка является необходимым условием разработки планов маркетинговых мероприятий, а также он выполняется в процессе их реализации.

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. Перечислите основные методы анализа отраслевых рынков
2. Рассмотрите механизм моделирования взаимодействия фирм на рынках различного типа.
3. Дайте понятие рынка и его субъектам.
4. Какие существуют подходы к определению границ отраслевого рынка?
5. Перечислите основные показатели структуры рынка.
6. Что представляет собой ценовая конкуренция?
7. Какие методы ценовой и неценовой конкуренции Вам известны?
8. Перечислите основные показатели рыночной власти.
9. Какие основные характеристики участника рынка Вам известны?
10. Как происходит формирование и распределение отраслевого дохода?
11. Охарактеризуйте методический аппарат исследования рынка.
12. Какие теории фирмы Вам известны?

Литература:

Перечень основной литературы:

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>

Перечень дополнительной литературы:

1. 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>
2. 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>

Интернет-ресурсы

1. <http://biblioclub.ru> (Сайт ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
2. <http://www.economicus.ru/nfprk/pe.php> (Образовательный портал «Economicus.ru»)
3. <http://www.consultant.ru/> (Официальный сайт компании «Консультант- Плюс»).
4. <http://www.garant.ru/> (Сайт информационно-правового портала «Гарант»).
5. <http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов).

Практическое занятие № 11,12

Тема 5. Ключевые процессы и явления на отраслевых рынках

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

Задачи: изучить развитие экономических объектов: эволюционный и революционный подходы, научиться определять рост фирмы и эффект масштаба, изучить условия рыночных взаимодействий, изучить рыночную власть фирмы, исследовать показатели рыночной власти, изучить создание стратегических барьеров входа, выявить основные характеристики и взаимосвязи рынка, охарактеризовать барьеры входа и выхода, показатели ключевых факторов успеха, проанализировать альтернативные трактовки природы барьеров входа, выявить оценки возможностей входа на рынок и выхода с него: экономический аспект, изучить классификацию барьеров входа и подходы к оценке величины барьера входа, проанализировать структурные и стратегические барьеры входа, изучить способы взаимодействия участников рынка, изучить интегрированные структуры, виды и мотивы интеграции, выявить особенности интегрированных структур в РФ, изучить понятия интеграция, диверсификация и монополизация, выявить последствия интеграции для компаний и системы рыночных взаимодействий, исследовать причины и особенности дифференциации цен на отраслевых рынках.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции: в процессе изучения данной темы студенты должны знать:

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 эффективности процессов интеграции и диверсификации
14. Продвижение продукции на рынке. Особенности трансформации продуктов
15. Характеристики продукта. Специфика спроса и предложения, определяемые особенностями различных товаров
16. Причины и особенности дифференциации цен на отраслевых рынках

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:
ИД-2 ПК-6.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современных экономических условиях глубокий анализ и широкое обсуждение вопросов, связанных с взаимодействием инновационных и конкурентных отношений будет, несомненно, полезным для принятия стратегических решений на уровне различных отраслей и предприятий. Тем более одной из важнейших задач государственного регулирования в рыночной экономике является объективная количественная и качественная оценка, мобилизация и использование инновационно-конкурентного потенциала хозяйствующих субъектов.

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 размещение 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.

Многообразие рыночных элементов, структура производителей продукции и потребителей, их экономическая независимость и самостоятельность в производстве, торговле, тесная взаимосвязь спроса и предложения, то есть вся совокупность элементов и особенностей товарного производства, вызывают необходимость дифференциации рыночной системы по интересам товаропроизводителей и покупателей.

Совокупность рынков может быть классифицирована по видам деятельности его участников, то есть рынок может быть представлен следующими типами: производственный, непроизводственный, финансовый, интеллектуальный.

Производственный рынок – составная часть рынка, обслуживающая совокупность отраслей материального производства и удовлетворяющая потребность в средствах производства и предметах потребления. В свою очередь, производственный рынок подразделяется на рынок средств производства и потребительский рынок.

Рынок средств производства – это сфера товарного обращения, отражающая экономические отношения между товаропроизводителями и потребителями, продавцами и покупателями, которые направлены на осуществление купли-продажи материальных ресурсов основного производства: сырья, материалов, топлива, оборудования, инструментов, запасных частей и т.д.

Потребительский рынок – рынок товарного обращения, где осуществляется купля-продажа предметов потребления, то есть продукции или товаров, которые используются в сфере непроизводственного потребления для личных или коллективных нужд.

Рынок рабочей силы – сфера купли-продажи на основе договорных условий между покупателем рабочей силы – работодателем и продавцом способностей человека, которые в дальнейшем используются в процессе материального производства.

Финансовый рынок – это совокупность операций по ссудам и займам, купле и продаже иностранной валюты, обмену ценных бумаг и долговых обязательств, залоговых и других авуаров. Финансовый рынок включает: рынок капитала, рынок ценных бумаг, валютный и ссудный рынок.

Рынок ценных бумаг удовлетворяет спрос на банковские ссуды для финансирования инвестиций товаропроизводителям, у которых возник дефицит в доходной части. Большое влияние на эффективность рынка ценных бумаг оказывает денежный рынок, который использует свободные денежные средства организаций и частных лиц, обращая их в краткосрочные долговые обязательства с выгодной процентной ставкой.

Рынок интеллектуальной продукции включает научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические разработки, а также технические и духовные идеи и завершенные в этой области работы.

По территориально-географическому признаку рынок может быть внешним и внутренним.

Внутренний рынок подразделяется на региональный, местный и национальный и т.д., *внешний* – на глобальный, то есть мировой, пограничный и так далее.

Подразделение товарного обращения на рынок продавцов и покупателей предопределяется экономической ситуацией, сложившейся на рынке.

Рынок покупателя отражает ситуацию, когда предложение определяет спрос, то есть на рынке наблюдается избыток товаров, что вынуждает товаропроизводителя снижать цены. Таким образом, рынок покупателя поддерживает интересы покупателя.

Рынок продавца – функционирует в интересах продавца, так при опережении спроса над предложением создается дефицит товара, а, следовательно, усиливается власть продавца на рынке, который в данной экономической ситуации может по своему усмотрению регулировать рост цен и объем реализации, но только до момента устранения дефицита.

Кроме того, существует еще *рынок промежуточных продавцов*, поскольку реализация продукции может осуществляться двумя способами. Первый способ предусматривает ее реализацию через собственные торговые организации, в другом случае, право на реализацию товара передается экономическому посреднику, то есть на рынок промежуточных продавцов, который представляет собой совокупность лиц и организаций, приобретающих различные товары для перепродажи или передачи их в аренду на выгодной для арендодателя основе. Иными словами, рынок промежуточных продавцов – это рынок посреднических операций.

Также рынки подразделяются на *открытые* и *замкнутые*. Первые предполагают свободный вход на них любого желающего. Если же вход регулируется определенными механизмами, говорят о замкнутости (или закрытости) рынка, а иногда – о наличии барьеров для входа на рынок.

По другому критерию различают рынки *стихийные* и *организованные*. К последним, относятся рынки, на которых действуют механизмы спроса и предложения. Если же спрос и предложение уравниваются в отсутствие специальных институционализированных форм взаимодействия покупателей и продавцов, имеют место неорганизованные или стихийные рынки.

Административные («правительственные») барьеры суть правообеспеченные (посредством законодательных или подзаконных актов) ограничения на ведение определенных видов деятельности (их лицензирование и выдача разрешений на определенные виды бизнеса, распределение квот между фирмами, сертификация продукции и оборудования, установление норм экономического контроля, всевозможные регламенты ввоза и вывоза ресурсов, и т.п.); преодоление таковых требует от хозяйствующих субъектов временных и финансовых затрат.

Рассматриваемые барьеры в каждый данный период способны быть важным рычагом регулирования экономики и приносить доход в казну государства, но, в конечном счете (в долгосрочной перспективе), подчас становятся фактором сдерживания экономической активности, в том числе в связи с заключенным в них коррупционным потенциалом (возможность разрешать или запрещать те или иные аспекты деятельности хозяйствующих субъектов всегда сопровождается надеждами чиновников на соответствующую «благодарность»).

Высота административных барьеров может быть представлена в качестве функции двух переменных – вышеупомянутых временных и денежных затрат (время, потраченное на установленные бюрократические процедуры, логично рассматривать с точки зрения упущенной выгоды; затраты же денежных средств на преодоление административного барьера естественно квалифицировать в качестве обязательных платежей). Сравнение соответствующих функций по различным отраслевым рынкам дает картину уровня рассматриваемых барьеров в экономике.

Кроме сугубо административных барьеров любое государство законодательно действует барьеры организационно-экономического характера, определяя правила функционирования отраслевых рынков и проводя на них ту или иную промышленную, структурно-инвестиционную, налоговую, таможенную и иную экономическую политику.

В национальных хозяйственных системах с развитыми товарными отношениями имеют место такие нестратегические *барьеры социально-экономического характера*, как, прежде всего, устоявшаяся емкость отраслевых рынков, связанная с соответствующими параметрами предложения и платежеспособного спроса. Главные факторы, влияющие на высоту сопряженного с этой емкостью входного барьера, - степень товарной насыщенности отраслевого рынка, наличная платежеспособность населения, а также мера активности иностранных конкурентов (ясно, что при прочих равных условиях импортные интервенции на данном товарном рынке затрудняют вход на него отечественных предпринимателей). Высота рассматриваемого барьера может быть оценена на основе выявления отношения минимально эффективного годового выпуска фирмы (речь идет о его объеме, при котором достигается минимальный уровень долгосрочных издержек) к количеству проданного и потребленного за год продукта.

Следующий барьер социально-экономического характера связан с состоянием рыночной инфраструктуры. Ясно, что наличие надежной системы взаиморасчетов, отлаженных механизмов оказания страховых услуг, разветвленной сети складского хозяйства, высокие густота и ритмичность функционирования транспортных коммуникаций – существенные факторы облегчения входа фирм на отраслевые рынки. Высоту барьера здесь можно оценить как долю затрат фирмы на оплату услуг институтов рыночной инфра-

структуры в розничной цене ее продукции или как отношение этих затрат к ее производственным издержкам.

Весьма существенен и барьер капитальных затрат, или минимального объема первоначальных инвестиций, необходимых для входа фирмы на отраслевой рынок. Очевидно, что на различных рынках величина капитальных затрат неодинакова, а в целом данный барьер выше в отраслях, производящих капиталоемкую продукцию.

Относительные преимущества в уровне затрат, обнаруживающиеся при сравнении последних у укоренившихся в отрасли фирм, как правило, являются следствием возрастающей «отдачи от масштаба». Барьер относительных преимуществ в уровне затрат иногда оценивают путем сопоставления объема выпуска продукции на одного занятого в фирме. Данное соотношение получило наименование «индекс барьера», и чем выше значение этого показателя, тем более высокими являются барьеры относительных издержек для какой-либо отрасли.

Вопросы и задания:

1. Перечислите основные этапы развития экономических объектов
2. Дайте понятие эволюционному и революционному подходам к развитию экономических объектов.
3. Что представляет собой рост фирмы и эффект масштаба?
4. Каковы условия рыночных взаимодействий?
5. Что представляет собой рыночная власть фирмы?
6. Перечислите показатели рыночной власти.
7. Как происходит создание стратегических барьеров входа?
8. Перечислите основные характеристики и взаимосвязи рынка.
9. Дайте определения барьерам входа и выхода.
10. Какие показатели ключевых факторов успеха вам известны?
11. Перечислите существующие альтернативные трактовки природы барьеров входа.
12. Охарактеризуйте известные Вам оценки возможностей входа на рынок и выхода с него.
13. Какие критерии лежат в основе классификации барьеров входа?
14. Перечислите основные подходы к оценке величины барьера входа.
15. Какие вы знаете структурные и стратегические барьеры входа?
16. Перечислите способы взаимодействия участников рынка.
17. Что представляют собой интегрированные структуры?
18. Какие виды и мотивы интеграции Вам известны?
19. Охарактеризуйте основные особенности интегрированных структур в РФ.
20. Что представляет собой интеграция, диверсификация и монополизация?
21. Каковы последствия интеграции для компаний и системы рыночных взаимодействий?
22. Как происходит слияние и поглощение в механизмах отраслевого развития?
23. Охарактеризуйте систему продвижения продукции на рынке.
24. Каковы особенности трансформации продуктов?
25. Какова специфика спроса и предложения, определяемые особенностями различных товаров?
26. Перечислите основные причины и особенности дифференциации цен на отраслевых рынках.

Литература:

Перечень основной литературы:

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>

Перечень дополнительной литературы:

1. 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>
2. 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>

Интернет-ресурсы

1. <http://biblioclub.ru> (Сайт ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
2. <http://www.economicus.ru/nfpr/pe.php> (Образовательный портал «Economicus.ru»)
3. <http://www.consultant.ru/> (Официальный сайт компании «Консультант-Плюс»).
4. <http://www.garant.ru/> (Сайт информационно-правового портала «Гарант»).
6. <http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов).

Практическое занятие № 13,14

Тема 6. Особенности рынков (естественные монополии, рынки с доминированием потребителей и поставщиков, диктат производителя формы и методы)

Цель: изучить особенности рынков их функционирование в современных условиях.

Задачи: изучить особенности формирования естественных монополий, виды естественных монополий, Предельное ценообразование, Корпоративные (ценовые и неценовые) стратегии поведения фирм на рынках, теория монопольной конкуренции, особенности антимонопольной политики

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции: в процессе изучения данной темы студент должен знать:

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

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:
ИД-2 ПК-6.

Актуальность темы заключается в том, что одной из главных проблем современного периода российской экономики, не разрешенных до настоящего времени, является формирование конкурентных рынков Российской Федерации, в том числе, в сфере естественных монополий. Предприятия естественных монополий, в комплексе образующие производственную инфраструктуру государства, являются базой для оживления и дальнейшего развития отечественной промышленности, развития реального сектора экономики. Поэтому задача обеспечения их финансовой устойчивости, а также экономической эффективности приобретает особую важность.

Теоретическая часть

Монополия — наиболее яркое проявление несовершенной конкуренции. Собственно говоря, в условиях монополизации рынка само существование конкуренции может быть признано лишь с большими оговорками. Ведь конкуренция предполагает разделение экономической власти, наличие у потребителя выбора. Именно поэтому начинается состязание между производителями за спрос потребителя, возникает стремление наилучшим образом удовлетворить его запросы. В условиях же монополии потребителям противостоит единый производитель-гигант. Хочет или не хочет того потребитель, он вынужден пользоваться продукцией монополиста, соглашаться на его ценовые условия, качество продукции и др.

Укрепляет власть монополиста над рынком и полнота имеющейся у него информации. Обслуживая всех потребителей отрасли, он точно знает объем рынка, может оперативно и с абсолютной точностью отслеживать изменения объемов продаж и, уж конечно, в деталях осведомлен о ценах, которые сам же и устанавливает.

Именно поэтому монополистическая структура рынка там, где она существует, защищена целой системой практически непреодолимых барьеров на пути вторжения в отрасль независимых конкурентов. Основными барьерами, существующими в монополистической отрасли, являются преимущества крупного производства (вплоть до естественной монополии); легальные барьеры (монопольное владение источниками сырья, земель, правами на научно-технические достижения, санкционированные государством исключительные права); нечестная конкуренция.

Рассмотрим подробнее эти виды барьеров.

Как и на олигополистическом рынке, в монополизированной отрасли эффективны лишь крупные предприятия. Шансы на возникновение монополии существуют лишь там, где размеры создают крупные преимущества в издержках. Это положение теории многократно проверено практическим опытом.

Дело в том, что высокие прибыли монополистов всегда были предметом зависти мелких компаний. В истории многих стран зафиксированы попытки маленьких фирм под тем или иным названием создать картель (ассоциацию, объединение, комиссию по стандартам и т.п., т.к. официально картели запрещены в большинстве стран) и объединенными усилиями диктовать свои условия поставщикам и потребителям.

Самым распространенным источником легальных барьеров являются права собственности. Если в собственности некой фирмы оказываются, например, уникальные источники сырья, земли с особыми свойствами и т.п., это автоматически создает предпосылки для монополии. Важно лишь, чтобы производимый с использованием названных природных ресурсов продукт и сам был уникальным и незаменимым.

Легальной защитой пользуются и права интеллектуальной собственности. Так, надлежащим образом оформленное и зарегистрированное изобретение (подтверждающий это документ называется патентом) дает его владельцу монопольное право на производство соответствующей продукции в течение определенного времени. Владелец патента может единолично осуществлять свое монопольное право, а может за вознаграждение в полном или частичном объеме предоставлять его другим лицам (выдавать лицензию).

Естественная монополия - состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу

технологических особенностей производства (в связи с существенным понижением издержек производства на единицу товара по мере увеличения объема производства), а товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении другими товарами, в связи с чем спрос на данном товарном рынке на товары, производимые субъектами естественных монополий, в меньшей степени зависит от изменения цены на этот товар, чем спрос на другие виды товаров.

В отраслях формирования естественных монополий оптимальный размер предприятия больше реального размера рынка. Поэтому чем больше компания, чем ближе она к 100% - процентному охвату рынка, тем ближе ее размер к оптимальному и, следовательно, тем ниже издержки. В основе естественной монополии – особенности технологии производства и обслуживания потребителя. Которые собственно говоря и делают производителя монополистом.

Примером естественных монополий являются компании энергетических и коммунальных служб: энергообеспечение (передача электроэнергии, нефти, газа), водоснабжение, канализация, телекоммуникационная связь, железнодорожное сообщение.

Естественные монополии порождаются в тех отраслях, где используется значительный объем постоянного компонента издержек производства, что сопровождается существенной экономией на масштабах выпуска. Разделение производства между 2-3 или большим количеством фирм нецелесообразно и приведет к тому, что масштабы производства каждой будут неэффективно малы и наличие более, чем одного продавца приведет к росту издержек. Конкуренция здесь невозможна и в силу того, что самая крупная фирма всегда обладает преимуществами в части издержек над своими соперниками, а мелкие фирмы в этих условиях, по-видимому, не способны выдержать конкуренции и будут вытеснены с рынка. Крупные компании легко могут расширить число своих потребителей в обслуживаемом регионе.

Именно благодаря экономии от масштаба многие отрасли являются естественными монополиями.

Вопросы и задания:

1. Каковы особенности формирования естественных монополий?
2. Какие виды естественных монополий Вам известны?
3. Дайте характеристику предельного ценообразования.
4. Дайте понятие корпоративным стратегиям поведения фирм на рынках.
5. Охарактеризуйте теорию монопольной конкуренции.
6. Каковы особенности антимонопольной политики в РФ?

Литература:

Перечень основной литературы:

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>

Перечень дополнительной литературы:

1. 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>
2. 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>

Интернет-ресурсы

1. <http://biblioclub.ru> (Сайт ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
2. <http://www.economicus.ru/nfpr/pe.php> (Образовательный портал «Economicus.ru»)
3. <http://www.consultant.ru/> (Официальный сайт компании «Консультант- Плюс»).
4. <http://www.garant.ru/> (Сайт информационно-правового портала «Гарант»).
5. <http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов).

Практическое занятие № 15,16

Тема 7. Промышленная политика

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

Задачи: изучить основные подходы к оценке эффективности рыночной среды, проанализировать социальные и экономические издержки несовершенной конкуренции, изучить процесс дерегулирования как основы отраслевой политики государства, изучить механизм развития конкуренции за экономические ресурсы общества, исследовать условия рыночных взаимодействий, вывить экономические и политические решения на товарных рынках, изучить теорию и практику промышленной политики, проанализировать методы и механизмы реализации промышленной политики, оценить развитие экономических объектов: эволюционный и революционный подходы, выявить влияние глобализации на цепочки накопления стоимости и развитие отраслей, изучить деятельность транснациональных корпораций и проблемы.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции: в процессе изучения данной темы студенты должны знать:

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

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:
ИД-2 ПК-6.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что глобальные финансовые кризисы все чаще поражают экономику отдельных государств. В результате кризиса происходит сокращение производства, повышение уровня безработицы, сокращение инвестиций, значительные финансовые потери. Как правило, страны после общественных потрясений производят пересмотр своих приоритетов, разрабатывают новые стратегии экономического и общественного развития. Последствия кризиса могут быть оздоравливающими, если они ведут к пересмотру экономической политики. Анализ различных моделей достижения высоких темпов экономического роста стран показывает многообразие вариантов эффективного пересмотра действующей финансовой системы. Не может быть единственно верной стратегии, т.к. в каждой стране экономика подвержена воздействию различных факторов, которые необходимо учесть при разработке новой экономической стратегии. Государственная власть должна выбрать оптимальный вариант, который будет учитывать уникальные характеристики и особенности конкретной страны в период реформирования. В период кризиса особенно актуально изучение стратегий проведения промышленной политики, проводимой различными развитыми странами с целью роста экономического развития.

Теоретическая часть

Промышленная политика представляет собой комплекс мер, осуществляемых государством в целях повышения эффективности и конкурентоспособности отечественной промышленности и формирования её современной структуры, способствующей достижению этих целей. Промышленная политика осуществляется в общем русле государственной экономической политики, направленной на структурные преобразования и рост общественного производства.

Цели и приоритеты промышленной политики вырабатываются на основе стратегических ориентиров, задаваемых для производственной и коммерческой деятельности хозяйствующих субъектов рынка, а также для социальной деятельности государства.

Существует несколько инструментов промышленной политики, среди которых наибольший интерес для изучения представляют: бюджетная, налоговая, денежно-кредитная, институциональная, внешнеэкономическая и инвестиционная политика.

Для регулирования структурных преобразований промышленного производства на основе максимизации рыночных результатов и выработки товарной специализации промышленного комплекса необходимо провести:

- маркетинговые исследования для выявления потребности названных выше рынков в товарах, определения перспективных товаров российских товаропроизводителей и возможностей выхода на рынки с учетом фактора времени;
- оценку эффективности производства и реализации планируемой продукции промышленными предприятиями России;
- оптимизацию инвестиций в производственно-технологическую базу для выпуска выбранных в результате маркетинговых исследований товаров с учетом разумных требований к эффективности производства и ограничений на использование природных ресурсов.

Формирование товарной специализации должно обеспечить целенаправленную структурную перестройку промышленности с ориентацией на выпуск конкурентоспособных товаров, пользующихся стабильным спросом. Для промышленности России этот вопрос еще не решен. Вместе с тем рыночная конъюнктура и имеющийся производственный и научный потенциал позволяют осуществлять развитие промышленности в следующих направлениях:

- усиления ее ориентации на внутренние рынки продукции высоких технологий и экономически эффективные товарные рынки;
- обеспечения внутреннего потребительского спроса на промышленные товары и услуги.

Товарно-технологическая специализация основывается на сложившейся материально-технической базе с учетом ее достаточного научно-технического уровня и научного

задела для развития, необходимости наиболее полного использования потенциальных и реальных возможностей для производства конкурентоспособной продукции.[10] Это также находит отражение в промышленной политике, которая обеспечивает концентрацию ресурсов общества на выбранных направлениях развития экономики и реализуется через долгосрочную программу развития промышленности. Государственное регулирование создает условия для целенаправленного проведения структурной перестройки промышленности на основе эффективного использования накопленного, развивающегося и привлеченного научно-технического потенциала и инвестиций.

Вопросы и задания:

1. Перечислите основные подходы к оценке эффективности рыночной среды.
2. Перечислите Социальные и экономические издержки несовершенной конкуренции.
3. Что представляет собой дерегулирование?
4. Охарактеризуйте конкуренцию за экономические ресурсы общества.
5. Каковы условия рыночных взаимодействий?
6. Какие экономические и политические решения на товарных рынках Вам известны?
7. Теория и практика промышленной политики.
8. Перечислите основные методы и механизмы реализации промышленной политики.
9. Как происходит влияние глобализации на цепочки накопления стоимости и развитие отраслей?
10. Перечислите основные проблемы воспроизводства национальных отраслевых рынков.

Литература:

Перечень основной литературы:

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>

Перечень дополнительной литературы:

1. 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>
2. 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>

Интернет-ресурсы

1. <http://biblioclub.ru> (Сайт ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
2. <http://www.economicus.ru/nfpk/pe.php> (Образовательный портал «Economicus.ru»)
3. <http://www.consultant.ru/> (Официальный сайт компании «Консультант- Плюс»).
4. <http://www.garant.ru/> (Сайт информационно-правового портала «Гарант»).

5. <http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов).

Практическое занятие № 17,18

Тема 8. 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.

Задачи: определить роль стратегического менеджмента в деятельности фирм, изучить типологию стратегий, выявить основные подходы к исследованию результативности отраслевых экономических систем, изучить критерии эффективности отраслей и производств в национальной экономике, изучить методики разработки целевых программ отраслевого развития, определить экономическая роль государства и возможности государства по формированию правил функционирования отраслевых рынков, выявить проблемы выбора ключевых показателей, оценить степень развития экономических объектов: эволюционный и революционный подходы, определить роль экспортноориентированных и импортоориентированных отраслей в обеспечении сбалансированного развития экономики, изучить причины товарного экспорта.

Знания и умения, приобретаемые в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции: в процессе изучения данной темы студент должен знать:

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
8. Роль экспортноориентированных и импортоориентированных отраслей в обеспечении сбалансированного развития экономики. Причины товарного экспорта

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:
ИД-2 ПК-6.

Актуальность темы заключается в том, что процессы глобализации существенно повлияли на развитие международных экономических отношений и трансформацию финансовых отношений, их опосредующих, что, несомненно, подтверждает актуальность изучаемой темы. Глобализация экономики приносит выгоды, но имеет и недостатки. Наиболее очевидные преимущества - экономический рост, более высокая производительность, распространение передовых технологий не только в финансовой сфере, но и в области фундаментальной и прикладной науки. Установлено, что открытая экономика в совокупности с прозрачной политикой приводит к быстрому экономическому росту. Кроме того, глобализация способствует усилению международной координации. Она вызвала переоценку основных видов рисков и методов их ограничения, облегчила и увеличила эффективность и рациональность размещения вкладов инвесторов.

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 – термин для обозначения состояния изменения всех сторон жизни общества под воздействием общемирового стремления к открытости и взаимозависимости.

Особую роль играют внешнеэкономические связи в глобальных интеграционных процессах. Для современного этапа развития мировых хозяйственных связей характерны: динамизм; либерализация; диверсификация форм и видов внешнеэкономической деятельности.

Одной из важных тенденций в развитии мировых хозяйственных связей является диверсификация форм сотрудничества. Помимо традиционных форм внешнеэкономических связей – внешней торговли и инвестиционного сотрудничества – в последние годы активно развиваются научно-техническое сотрудничество, промышленная кооперация, валютно-финансовое, военно-техническое сотрудничество, туризм и т.д. Другими словами, осуществляется глобализация мировой экономики, вызванная развитием экономических связей между странами, либерализацией торговли, созданием современных систем коммуникации и информации, мировых технических стандартов и норм, определяемая тремя основными факторами: отход от государственного регулирования в пользу рыночных механизмов, преодоление национальных границ в ходе интеграции отдельных стран, развитие информационных технологий.

Однако наряду с этим процессом в мире ширится сближение и взаимодействие стран на региональном уровне, формируются крупные региональные интеграционные структуры, которые развиваются в направлении создания относительно самостоятельных центров мирового хозяйства (идет процесс так называемой «регионализации глобализации»).

В основе предпосылок и движущих сил глобализации мировой экономики лежит ряд факторов, относящихся к ведущим сферам современной жизни:

Экономический фактор. Огромная концентрация и централизация капитала, рост крупных корпораций, в том числе компаний и финансовых групп, которые в своей деятельности все больше выходят за рамки национальных границ, осваивая мировое экономическое пространство.

Политический фактор. Государственные границы постепенно утрачивают свое значение, становятся все более прозрачными, дают все больше возможностей для свободы передвижения всех видов ресурсов.

Международный фактор. Динамика глобализации связывается с датами крупных международных событий.

Технический фактор. Средства транспорта и связи создают невиданные прежде возможности для быстрого распространения идей, товаров, финансовых ресурсов.

Общественный фактор. Ослабление роли традиций, социальных связей и обычаев способствует мобильности людей в географическом, духовном и эмоциональном смысле.

Либерализация, дерегулирование рынков товаров и капитала усилили тенденцию к интернационализации экономической деятельности.

Эксперты ООН констатируют, что развивающаяся глобализация неизбежно значительно уменьшает свободу действий тех или иных стран в формировании экономической политики, реализуемой ими.

Рассматривая влияние глобализации именно на мировую экономику нельзя не заметить такие положительные стороны как:

Глобализация вызвала обострение международной конкуренции. Конкуренция и расширение рынка ведут к углублению специализации и международного разделения труда, стимулирующих, в свою очередь, рост производства не только на национальном, но и на мировом уровне. Одним из самых положительных эффектов или последствий глобализации – это улучшенное качество товаров и услуг из-за увеличения конкуренции. Уровень обслуживания клиентов, процессы производства, приведут к улучшенному качеству товаров и услуг. Поскольку внутренние компании должны победить иностранную конкуренцию, они вынуждены поднять свои стандарты и уровни удовлетворения спроса потребителя, чтобы выжить на рынке. Кроме того, когда мировой бренд входит в новую страну, он старается показать себя с наилучшей стороны, которой он должен соответствовать. Это создает конкуренцию на рынке и ситуацию «с естественным отбором».

Занятость населения. С глобализацией у компаний в развивающихся странах есть возможность привлечения иностранной рабочей силы на нормальных условиях, нежели сейчас. Это дает возможность вложить капитал в новые рынки и выявлять таланты, которые там доступны. В развивающихся странах часто есть нехватка капитала, который препятствует росту внутренних компаний и, следовательно, занятости населения. В таких случаях, из-за глобализации люди развивающихся стран также могут получить выгодные возможности трудоустройства

Выигрыш от торговли на взаимовыгодной основе, удовлетворяющей все стороны, в качестве которых могут выступать отдельные лица, фирмы и другие организации, страны, торговые союзы и даже целые континенты.

Экономические преимущества. Глобализация имеет чистый положительный эффект на мировую экономику. Освобождение от правил, которые препятствуют глобализации, позволят деньгам двигаться более свободно. Это в свою очередь, позволит инвесторам более богатых регионов мира вкладывать свои деньги в экономику развивающихся стран. Глобализация также позволяет корпорациям расширять свою деятельность в различных областях предоставления товаров и услуг для тех стран, которые в этом нуждаются.

Образование. Общий уровень образования увеличится в связи с требованиями глобализации. Коммуникационные технологии делают мир теснее. Из-за этого люди вынуждены знать больше, в каждой стране есть трудности с образованием. В ответ на эту потребность, правительства, научные учреждения и корпорации вынуждены будут начать сотрудничать в рамках улучшения образования, чтобы жители были более образованными. Это проявится в различных областях деятельности и максимально положительно отразится в процессе глобализации.

Доступ к информации. Глобализация упрощает для людей доступ к информации, одновременно увеличивая количество новой, интересующей, доступной информации для каждого жителя планеты. Коммуникационные технологии, такие как Интернет доступны во многих регионах мира. Как следствие, люди на всех уровнях общества становятся все более информированными. Правительства, учреждения и компании теперь могут использовать эти передовые технологии для связи и для передачи информации для значительно более широкой аудитории, чем было возможно до появления таких технологий. Доступ и легкое распространения информации делает мир проще.

Расширение сотрудничества. Глобализация делает мир теснее, что максимально положительно способствует сотрудничеству стран. Страны стали лучше понимать друг

друга. Они также стали более взаимозависимыми, поскольку страны привыкают полагаться друг на друга для импорта и экспорта товаров и услуг. Из-за этой растущей взаимозависимости и повышения осведомленности, вероятность войны снижается. Такое сотрудничество также создает полезную конкуренцию, где международные компании должны создавать продукцию высочайшего качества, чтобы конкурировать с другими.

В целом, преимущества глобализации позволяют улучшить свое положение всем партнерам, получающим возможность, увеличив производство, повысить уровень заработной платы и жизненные стандарты. Конечным результатом глобализации должно стать общее повышение благосостояния в мире.

Вопросы и задания:

1. Определите роль стратегического менеджмента в деятельности фирмы
2. Какие Виды стратегий Вам известны?
3. Перечислите и дайте расширенную характеристику основным подходам к исследованию результативности отраслевых экономических систем.
4. Какие существуют критерии эффективности отраслей и производств в национальной экономике?
5. Охарактеризуйте основные методики разработки целевых программ отраслевого развития.
6. Оцените экономическую роль государства и возможности государства по формированию правил функционирования отраслевых рынков.
7. Каковы проблемы выбора ключевых показателей.
8. Дайте оценку развитию экономических объектов: эволюционный и революционный подходы.
9. Какова роль экспортноориентированных и импортоориентированных отраслей в обеспечении сбалансированного развития экономики?
10. Перечислите основные причины товарного экспорта.

Литература:

Перечень основной литературы:

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>

Перечень дополнительной литературы:

1. 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>
2. 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>

Интернет-ресурсы

1. <http://biblioclub.ru> (Сайт ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
2. <http://www.economicus.ru/nfprk/pe.php> (Образовательный портал «Economicus.ru»)
3. <http://www.consultant.ru/> (Официальный сайт компании «Консультант- Плюс»).
4. <http://www.garant.ru/> (Сайт информационно-правового портала «Гарант»).
5. <http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов).

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

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине «Методы исследования рынка»
для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль): «Управление бизнесом»

**Пятигорск
2024**

Предисловие

Целью освоения дисциплины является формирование профессиональной компетенции (ИД-2 ПК-6) будущего бакалавра по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и 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.

Материал курса обеспечивает знание общих методов исследования рынка.

Формируемые в процессе изучения компетенции:

ИД-2 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:

Осуществляет анализ информации с применением современных информационных технологий и программных средств для решения научных и прикладных задач в управлении бизнесом

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

Компетенции, сформированные в ходе изучения дисциплины «Методы исследования рынка» могут быть востребованы при изучении таких дисциплин, как «Логистика», «Моделирование в управлении бизнесом».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ИД-2 ПК-6 Способен использовать количественные и качественные методы анализа информации для проведения прикладных и научных исследований, принятия управленческих решений в области бизнеса	ИД-2 ПК – 6 Способен пользоваться методами количественного и качественного анализа информации, прогнозирования, экономического обоснования и выбора управленческих решений	Осуществляет анализ информации с применением современных информационных технологий и программных средств для решения научных и прикладных задач в управлении бизнесом

Структура и компонентный состав компетенции

Перечень компонентов	Технологии формирования компетенции	Средства и технологии оценки
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.	Лекции Самостоятельная работа	Собеседование, тестирование
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	Практические работы Самостоятельная работа	Собеседование, тестирование
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	Практические работы Самостоятельная работа	Собеседование, тестирование

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.		
---	--	--

Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины

Целью самостоятельной работы студентов по дисциплине «Методы исследования рынка» является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Задачами самостоятельной работы по дисциплине «Методы исследования рынка» являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на семинарах, на практических и лабораторных занятиях, при написании курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

2. План-график выполнения самостоятельной работы

Очная форма обучения

Коды реализ- зуемых ком- петенций, индикаторов	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятел ьной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе (астр.)		
				СРС	Контактна я работа с преподава телем	Всего
6 семестр						
ИД-2 ПК – 6	Самостоятель ное изучение литературы	конспект	собеседова- ние	14,4	1,6	16
ИД-2 ПК – 6	Подготовка к дискуссии	Доклад	Перечень тем дискуссион ного стола	7,2	0,8	8
ИД-2 ПК – 6	Выполнение контрольной работы	Текст контрольной работы	Контрольная работа	18	2,0	20
ИД-2 ПК – 6	Подготовка к тестирова- нию	Тест	Тестирование	9	1,0	10
Итого за 6 семестр				48,6	5,4	54
Итого				48,6	5,4	54

Очно-заочная форма обучения

Коды реализуемых компетенций, индикаторов	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе (астр.)		
				СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
6 семестр						
ИД-2 ПК – 6	Самостоятельное изучение литературы	конспект	собеседование	50,4	5,6	56
ИД-2 ПК – 6	Подготовка к дискуссии	Доклад	Перечень тем дискуссионного стола	7,2	0,8	8
ИД-2 ПК – 6	Выполнение контрольной работы	Текст контрольной работы	Контрольная работа	18	2,0	20

ИД-2 ПК – 6	Подготовка к тестированию	Тест	Тестирование	9	1,0	10
Итого за 6 семестр				84,6	9,4	94
Итого				84,6	9.4	94

Работа с литературой

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
		Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1.	Тема 1 Введение в экономику отраслей и рынков продукции	1	1,2	1,2,3	1,2,3,4,5
2.	Тема 2 Объект и информационная база отраслевых исследований	1	1,2	1,2,3	1,2,3,4,5
3.	Тема 3 Отраслевые ресурсы и формирование производственного потенциала отраслей	1	1,2	1,2,3	1,2,3,4,5
4.	Тема 4 Методический аппарат исследования рынка и отраслевого анализа	1	1,2	1,2,3	1,2,3,4,5
5.	Тема 5 Ключевые процессы и явления на отраслевых рынках	1	1,2	1,2,3	1,2,3,4,5
6.	Тема 6 Особенности рынков (естественные монополии, рынки с доминированием потребителей и поставщиков, диктат производителя формы и методы)	1	1,2	1,2,3	1,2,3,4,5
7.	Тема 7 Промышленная политика	1	1,2	1,2,3	1,2,3,4,5
8.	Тема 8 Стратегии развития, глобализация и цепочки накопления стоимости в стране	1	1,2	1,2,3	1,2,3,4,5

3. Контрольные точки и виды отчетности по ним

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

При проведении текущего контроля рейтинговая оценка знаний студента оценивается следующим образом:

Контрольная точка	Неделя семестра	Изученные темы теоретического курса	Вид деятельности студентов	Количество баллов
1	4	1-4	Собеседование по темам 1-4 Тестирование	25
2	8	5-8	Собеседование по темам 5-8 Тестирование	30
Итого 4 семестр				55

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным 55. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставаемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	100
Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

Рейтинговая система оценки не предусмотрена для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата очно-заочной формы обучения.

Критерии оценки

1. Критерии оценивания компетенций*

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, использует полученные знания. Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; он исчерпывающе, последовательно, четко и логично излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на высоком уровне; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Компетенция ИД-2 ПК-6 освоена на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений на среднем уровне, использует полученные знания в профессиональной деятельности. Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено на достаточном уровне, с незначительными пробелами; он последовательно излагает материал, испытывая незначительные трудности; справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, допуская неточности; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на среднем уровне; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Компетенция ИД-2 ПК-6 освоена на среднем уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он слабо способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений на минимальном уровне. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено на низком уровне, со значительными пробелами; он не последовательно излагает материал, испытывая значительные трудности; справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, допуская ошибки; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на низком уровне. Компетенция ИД-2 ПК-6 освоена на минимальном уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не способен

определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. Зачет не выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, компетенция ИД-2 ПК-6 не сформирована, большинство предусмотренных программой учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

4. Комплект заданий для контрольной работы

Вариант контрольной работы выбирается из перечня вопросов контрольных работ в соответствии с последней и цифрой студенческого билета.

Вариант № 1

1. Параметры отраслевого развития
2. Последовательность этапов проведения маркетинговых исследований

Вариант № 2

1. Ресурсы отраслевого развития
2. Информация в маркетинговых исследованиях.

Вариант № 3

1. Основные теоретические подходы к исследованию отраслей и рынков продукции
2. Анализ документов как метод маркетингового исследования.

Вариант № 4

1. Выделение отрасли в системе макроэкономической статистики
2. Наблюдение как метод маркетингового исследования.

Вариант № 5

1. Производственный потенциал отраслей
2. Применение метода интервью в маркетинговом исследовании.

Вариант № 6

1. Основные методы оценки рынка и рыночных отношений как внешней среды предприятия
2. Опрос как метод маркетингового исследования.

Вариант № 7

1. Современные отраслевые рынки и их особенности
2. Измерения в маркетинговых исследованиях.

Вариант № 8

1. Дискриминационное ценообразование на отраслевых рынках
2. Принципы составления анкеты для маркетингового исследования.

Вариант № 9

1. Роль государства по формированию правил функционирования отраслевых рынков
2. Выборка в маркетинговом исследовании.

Вариант № 10

1. Отраслевые стратегии развития
2. Виды статистического анализа в маркетинговом исследовании.

Вариант № 11

1. Проблемы модернизации производственных процессов
2. Применение экспертных оценок в маркетинговом исследовании.

Вариант № 12

1. Рыночная власть фирмы в концепции «структура – поведение – результат»
2. Составление итогового отчета в маркетинговом исследовании.

Вариант № 13

1. Основные методы анализа цепочек накопления стоимости
2. Исследование рынка (внешней предпринимательской среды) в маркетинге.

Вариант № 14

1. Организация структуры рынка
2. Изучение потребителей в маркетинге.

Вариант № 15

1. Интеграция, диверсификация и монополизация в отраслях
2. Изучение нового товара в маркетинге.

Вариант № 16

1. Современные подходы к исследованию рынков с дифференцированным товаром
2. Изучение цен в маркетинге.

Вариант № 17

1. Роль антимонопольной политики государства в регулировании рыночных отношений
2. Маркетинговые исследования рекламной деятельности.

Вариант № 18

1. Стимулирование развития товарных рынков и отраслей
2. Изучение конкурентной среды в маркетинге.

Вариант № 19

1. Интеграция России в систему мирохозяйственных связей
2. Роль гипотезы в маркетинговом исследовании.

Вариант № 20

1. Особенности взаимодействия сопряженных рынков
2. Синдикативная информация в маркетинге

Общие требования к выполнению и оформлению работы

Выполненная контрольная работа по дисциплине «Методы исследования рынка» должна иметь объем 20 страниц машинописного текста.

В титульном листе должны быть указаны следующие данные: № контрольной работы, полное название дисциплины – «Методы исследования рынка», № группы, форма обучения – «очная», «очно-заочная», шифр, № варианта, Ф.И.О. студента, его домашний адрес.

Работа должна 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.

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 воспроизводстве 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 № п.п. 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.

Указания 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.

Критерии оценивания работы

Оценка «отлично» выставляется студенту за полные ответы на все вопросы с включением в содержание ответа лекции преподавателя, материала учебников и дополнительной литературы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту за полный ответ на вопросы в объеме лекции преподавателя или ответ с включением в содержание материала учебника, дополнительной литературы, но с незначительными неточностями.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту за ответ, в котором освещены в полном объеме один из двух вопросов или освещены все вопросы более чем наполовину, включая главное в содержании.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, за ответ, в котором освещен в полном объеме один из двух вопросов, или освещены менее половины требуемого

материала или не описано главное в содержании вопросов, или нет ответов, или письменная работа не сдана.

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.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: беседу с преподавателем на темы изучаемой дисциплины.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить компетенции: ИД-2 ПК-6

Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо изучить лекционный материал, материалы практических занятий, а также вопросы, выносимые на самостоятельное изучение.

При подготовке к испытанию студенту предоставляется право пользоваться своими конспектами.

При проверке задания, оцениваются полнота раскрытия проблемы, использование различных источников информации, четкость изложения ответа.

Методические указания по изучению теоретического материала

Работа с книгой

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода).

При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались.

Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения; первичное и вторичное. *Первичное* - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах. После него не должно остаться ни одного непонятого слова. Содержание не всегда может быть понятно после первичного чтения.

Задача *вторичного* чтения полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым).

Правила самостоятельной работы с литературой

Как уже отмечалось, самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания. Основные советы здесь можно свести к следующим:

1. Составить перечень книг, с которыми Вам следует познакомиться;
2. Сам такой перечень должен быть систематизированным.
3. Обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании письменных работ это позволит очень сэкономить время).
4. Разобраться для себя, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть.
5. При составлении перечней литературы следует посоветоваться с преподавателями и научными руководителями (или даже с более подготовленными и эрудированными сокурсниками), которые помогут Вам лучше сориентироваться, на что стоит обратить большее внимание, а на что вообще не стоит тратить время.

Естественно, все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты (с указанием страниц).

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Выделяют четыре основные установки в чтении научного текста:

1. информационно-поисковый (задача – найти, выделить искомую информацию)
2. усваивающая (усилия читателя направлены на то, чтобы как можно полнее осознать и запомнить как сами сведения излагаемые автором, так и всю логику его рассуждений)
3. аналитико-критическая (читатель стремится критически осмыслить материал, проанализировав его, определив свое отношение к нему)
4. творческая (создает у читателя готовность в том или ином виде – как отправной пункт для своих рассуждений, как образ для действия по аналогии и т.п. – использовать суждения автора, ход его мыслей, результат наблюдения, разработанную методику, дополнить их, подвергнуть новой проверке).

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

1. Аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;
2. Планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;
3. Тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;

4. Цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;

5. Конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

Методические указания по составлению конспекта

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

4. Рекомендуемая литература

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. 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>
2. 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>

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> (Сайт ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
2. <http://www.economicus.ru/nfpk/re.php> (Образовательный портал «Economicus.ru»)
3. <http://www.consultant.ru/> (Официальный сайт компании «Консультант- Плюс»).
4. <http://www.garant.ru/> (Сайт информационно-правового портала «Гарант»).
5. <http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов).