

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр заочного и дистанционного обучения



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.

_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Маркетинговое прогнозирование Б1.В.ДВ.8

Направление подготовки: 38.03.06 - Торговое дело

Профиль подготовки: Коммерция

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Рольбина Е.С.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр заочного и дистанционного обучения):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 9549122917

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Рольбина Е.С. кафедра маркетинга Институт управления, экономики и финансов, Elena.Rolbina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины:

- ознакомление с сущностью и ролью маркетингового прогнозирования;
- изучение методов прогнозирования;
- изучение условий формирования и факторов развития экономической конъюнктуры;
- получить практические навыки анализа и прогнозирования товарных рынков;
- получить практические навыки в области маркетинговых исследований и прогнозирования рыночных цен.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.8 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.06 Торговое дело и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 5 курсе, 9 семестр.

Предшествующие дисциплины, знаниям, умениям и готовности обучающегося по которым необходимы при освоении данной дисциплины:

Основы предпринимательства

Мировая экономика и международные экономические отношения

Маркетинг

Маркетинговые исследования

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Рынки потребительских товаров

Основы информационно-аналитической работы

Преддипломная практика

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-10 (профессиональные компетенции)	владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления

В результате освоения дисциплины студент:

3. должен владеть:

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- управлять товарным ассортиментом торговой организации на основе прогнозов продаж;
- разрабатывать мероприятия и прогнозы затрат на продвижение;
- разрабатывать прогнозы сбыта;
- прогнозировать уровень цен;
- прогнозировать потребность в сервисных услугах.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 9 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Сущность и роль маркетингового прогнозирования	9	1	2	2	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Классификация и характеристика методов прогнозирования	9	2	2	2	0	Дискуссия Устный опрос
3.	Тема 3. Условия формирования и факторы развития экономической конъюнктуры	9	3	2	2	0	Творческое задание
4.	Тема 4. Анализ и прогнозирование товарных рынков	9	4	2	4	0	Деловая игра
5.	Тема 5. Маркетинговое исследование и прогнозирование рыночных цен	9	5	2	4	0	Деловая игра
	Тема . Итоговая форма контроля	9		0	0	0	Экзамен
	Итого			10	14	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность и роль маркетингового прогнозирования

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Роль маркетингового прогнозирования на предприятии 2. Сущность маркетингового прогнозирования

практическое занятие (2 часа(ов)):

Функции управления организацией, в которых непосредственно участвует маркетинг
 Функции маркетинга
 Сущность и роль процесса прогнозирования
 Характеристики прогноза
 Принципы построения прогноза
 Этапы прогнозирования
 Информационная основа прогнозирования
 Основные функции прогнозирования социально-экономических систем
 Основные направления маркетингового прогнозирования
 Факторы, учитываемые при выборе модели прогнозирования
 Методы прогнозирования

Тема 2. Классификация и характеристика методов прогнозирования

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Классификация методов прогнозирования
2. Качественные методы разработки прогнозов
3. Количественные методы разработки прогнозов

практическое занятие (2 часа(ов)):

Критерии классификации методов прогнозирования
 Инструментарий прогнозирования
 Методы экспертных оценок: метод Дельфи, метод коллективной генерации идей, метод сценариев
 Количественные методы разработки прогнозов
 Методы аналогий: метод исторических аналогий, метод математических аналогий, методы математического моделирования, экстраполяционные методы, системно-структурные методы, методы опережающей информации
 Эффективность применения различных методов прогнозирования

Тема 3. Условия формирования и факторы развития экономической конъюнктуры

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Сущность экономической конъюнктуры рынка
2. Конъюнктурообразующие факторы

практическое занятие (2 часа(ов)):

Сущность экономической конъюнктуры рынка
 Благоприятная и неблагоприятная конъюнктура
 Особенности экономической конъюнктуры
 Факторы влияния на экономическую конъюнктуру
 Система показателей конъюнктуры рынка
 Конъюнктурообразующие факторы
 Разработка прогноза развития конъюнктуры

Тема 4. Анализ и прогнозирование товарных рынков

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Виды товарных рынков
2. Региональный анализ и прогнозирование рынка

практическое занятие (4 часа(ов)):

Деловая игра "Полевое маркетинговое исследование и прогнозирование сбыта товара"

Тема 5. Маркетинговое исследование и прогнозирование рыночных цен

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Направления и методы исследования цен
2. Мониторинг цен
3. Прогнозирование цен

практическое занятие (4 часа(ов)):

Деловая игра "Полевое маркетинговое исследование и прогнозирование сбыта товара"

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Сущность и роль маркетингового прогнозирования	9	1	подготовка к устному опросу	20	Устный опрос
2.	Тема 2. Классификация и характеристика методов прогнозирования	9	2	подготовка к устному опросу	20	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
3.	Тема 3. Условия формирования и факторы развития экономической конъюнктуры	9	3	подготовка к творческому заданию	40	Творческое задание
4.	Тема 4. Анализ и прогнозирование товарных рынков	9	4	подготовка к деловой игре	30	Деловая игра
5.	Тема 5. Маркетинговое исследование и прогнозирование рыночных цен	9	5	подготовка к деловой игре	37	Деловая игра
	Итого				147	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Деловая игра

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Сущность и роль маркетингового прогнозирования

Устный опрос , примерные вопросы:

Функции управления организацией, в которых непосредственно участвует маркетинг
 Функции маркетинга
 Сущность и роль процесса прогнозирования
 Характеристики прогноза
 Принципы построения прогноза
 Этапы прогнозирования
 Информационная основа прогнозирования
 Основные функции прогнозирования социально-экономических систем
 Основные направления маркетингового прогнозирования
 Факторы, учитываемые при выборе модели прогнозирования
 Методы прогнозирования

Тема 2. Классификация и характеристика методов прогнозирования

Устный опрос , примерные вопросы:

Критерии классификации методов прогнозирования
 Инструментарий прогнозирования
 Методы экспертных оценок: метод Дельфи, метод коллективной генерации идей, метод сценариев
 Количественные методы разработки прогнозов
 Методы аналогий: метод исторических аналогий, метод математических аналогий, методы математического моделирования, экстраполяционные методы, системно-структурные методы, методы опережающей информации
 Эффективность применения различных методов прогнозирования

Тема 3. Условия формирования и факторы развития экономической конъюнктуры

Творческое задание , примерные вопросы:

Сущность экономической конъюнктуры рынка
 Благоприятная и неблагоприятная конъюнктура
 Особенности экономической конъюнктуры
 Факторы влияния на экономическую конъюнктуру
 Система показателей конъюнктуры рынка
 Конъюнктурообразующие факторы
 Разработка прогноза развития конъюнктуры

Тема 4. Анализ и прогнозирование товарных рынков

Деловая игра , примерные вопросы:

Деловая игра "Полевое маркетинговое исследование и прогнозирование сбыта товара"

Тема 5. Маркетинговое исследование и прогнозирование рыночных цен

Деловая игра , примерные вопросы:

Деловая игра "Полевое маркетинговое исследование и прогнозирование сбыта товара"

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Вопросы к экзамену:

Функции управления организацией, в которых непосредственно участвует маркетинг

Функции маркетинга

Сущность и роль процесса прогнозирования

Характеристики прогноза

Принципы построения прогноза

Этапы прогнозирования

Информационная основа прогнозирования

Основные функции прогнозирования социально-экономических систем

Основные направления маркетингового прогнозирования

Факторы, учитываемые при выборе модели прогнозирования

Методы прогнозирования

Критерии классификации методов прогнозирования

Инструментарий прогнозирования

Методы экспертных оценок: метод Дельфи, метод коллективной генерации идей, метод сценариев

Количественные методы разработки прогнозов

Методы аналогий: метод исторических аналогий, метод математических аналогий, методы математического моделирования, экстраполяционные методы, системно-структурные методы, методы опережающей информации

Эффективность применения различных методов прогнозирования

Сущность экономической конъюнктуры рынка

Благоприятная и неблагоприятная конъюнктура

Особенности экономической конъюнктуры

Факторы влияния на экономическую конъюнктуру

Система показателей конъюнктуры рынка

Конъюнктурообразующие факторы

Разработка прогноза развития конъюнктуры

Виды товарных рынков

Методы исследования цен

Мониторинг цен

Прогнозирование цен

Пример экзаменационного билета:

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО

ОБРАЗОВАНИЯ "КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ

УНИВЕРСИТЕТ"

Институт управления экономики и финансов

Кафедра "Маркетинга"

Программа Торговое дело (Коммерция) заочное бакалавр 2013 г. (РЭУ)

Дисциплина "Маркетинговое прогнозирование"

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ ♦ 1

1. Функции управления организацией, в которых непосредственно участвует маркетинг
2. Факторы влияния на экономическую конъюнктуру

Заведующий кафедрой

д.э.н., профессор Каленская Н.В.

7.1. Основная литература:

1. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 392 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-08-7, 700 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=362356>
2. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - М.: Дашков и К, 2012. - 296 с.: 60x88 1/16. - (Учебные издания для бакалавров). (переплет) ISBN 978-5-394-01470-3, 1500 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=336541>
3. Маркетинговые исследования рынка: Учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 192 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0191-5, 500 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=389909>

7.2. Дополнительная литература:

1. Маркетинг-аналитика: Учебное пособие / Соловьева Ю.Н., Юлдашева О.У., Лизовская В.В., Наумов В.Н., Фирсанова О.В.- Санкт-Петербург.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2016.- 126 с. ББК: 65.290-2 <https://elibrary.ru/item.asp?id=27481397>
2. Системный подход к маркетинговым исследованиям потребностей рынка. / Тажигулова А.Г. статья в сборнике трудов Материалов XII международной научно-практической конференции Россия и Европа: связь культуры и экономики, Прага, 15 июня 2015 г. - С. 486-490 <https://elibrary.ru/item.asp?id=23717515>
3. Маркетинговый анализ компаний на российских рынках: Сборник статей / Слепенкова Е.М. - М.: МГУ имени М.В. Ломоносова, 2015. - 288 с.: ISBN 978-5-906783-09-7 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=672953>

7.3. Интернет-ресурсы:

Маркетинговое прогнозирование - <https://studfiles.net/preview/2827260/page:12/>

Маркетинговое прогнозирование - <https://lektsia.com/8x26a1.html>

Маркетинговый прогноз и оценка емкости рынка -

<http://www.elitarium.ru/marketing-prognoz-rynok-emkost-ocenka-sbyt-podhod-produkciya-dolya-metod-ana>

Методы прогнозирования в маркетинговой деятельности -

<http://www.marketing.spb.ru/read/m9/13.htm>

Прогнозирование в маркетинге -

<https://yandex.ru/clck/jsredir?from=yandex.ru%3Byandsearch%3Bweb%3B%3B&text=&etext=1562.0yF4B>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Маркетинговое прогнозирование" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Персональные компьютеры

Доступ к сетевым ресурсам

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.06 "Торговое дело" и профилю подготовки Коммерция .

Автор(ы):

Рольбина Е.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В. _____

"__" _____ 201__ г.