

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Д.А. Таюрский

ДЕПАРТАМЕНТ
ОБРАЗОВАНИЯ
(ДО КФУ)

» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Анализ и прогнозирование рынка Б1.В.ДВ.7

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

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 бакалавриата: менеджмент):

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

Регистрационный No 949938918

Казань
2018

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 Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития , Elena.Rolbina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины 'Анализ и прогнозирование рынка' является изучение теоретических, исторических и формирование практических навыков в области исследований и прогнозирования развития рынка

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.7 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Необходимые предшествующие дисциплины: 'Маркетинговые исследования', 'Управление маркетингом', 'Маркетинг в отраслях и сферах деятельности'.

Дисциплина 'Анализ и прогнозирование рынка' является основой изучения дисциплин 'Брендменеджмент', 'Управление продажами', 'Логистика'.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-7 (общекультурные компетенции)	способностью к самоорганизации и самообразованию;
ОПК-1 (профессиональные компетенции)	владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;
ОПК-7 (профессиональные компетенции)	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
ПК-3 (профессиональные компетенции)	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;
ПК-9 (профессиональные компетенции)	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 поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;
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;

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-11 (профессиональные компетенции)	владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

этапы развития исследований рынка в мировой практике;
 историю развития исследований рынка в России;
 понятие маркетинговых исследований на микро- и макроуровнях;
 особенности современного состояния рынка исследований рынка в России;
 типы компаний, предоставляющих услуги в области исследований рынка.

2. должен уметь:

определять необходимость проведения исследований рынка;
 устанавливать возможность самостоятельного проведения исследовательских работ (с помощью внутренних ресурсов компании);
 ориентироваться в текущем состоянии рынка маркетинговых исследований, наличии и особенностях компаний, предоставляющих услуги в области исследований рынка;
 формулировать цели исследований рынка в соответствии с проблемными ситуациями бизнеса.

3. должен владеть:

методами исследований рынка;
 методами поиска информации об исследуемом рынке;
 организацией взаимодействия с профильными специализированными компаниями в области исследований рынка.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

определять необходимость проведения исследований рынка;
 четко формулировать проблему бизнеса, цель и задачи исследований рынка;
 устанавливать взаимодействие со специализированными организациями в области исследований рынка;
 осуществлять сбор информации;
 разрабатывать отчет о проведенном исследовании и проводить его защиту.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 7 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 исторический аспект исследований рынка	7	1,2	4	4	0	
2.	Тема 2. Цели и задачи анализа рынка	7	3	2	2	0	
3.	Тема 3. Основные направления анализа рынков	7	4	2	2	0	
4.	Тема 4. Источники информации о рынке	7	5	2	2	0	
5.	Тема 5. Оценка емкости рынка	7	6	2	2	0	
6.	Тема 6. Прогнозирование развития рынка на основе экспертных оценок	7	7	2	2	0	
7.	Тема 7. Математические методы прогнозирования	7	8	2	2	0	
8.	Тема 8. Обоснование выбора метода прогнозирования	7	9	2	2	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Экзамен
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность и исторический аспект исследований рынка

лекционное занятие (4 часа(ов)):

1. Сущность исследований рынка 2. Предпосылки возникновения исследований рынка 3. Этапы развития исследований рынка 4. Характеристика исследований рынка за рубежом 5. Характеристика исследований рынка в России 6. Характеристика современного состояния рынка исследований в России

практическое занятие (4 часа(ов)):

Опрос с целью контроля освоения лекционного материала Доклады о специализированных маркетинговых организациях РФ и Казани: Компания "RSMmarketing" Колл центр "Эффект" "Конкол" Агентство "MARCS" "Магазин исследований" Центр политических и маркетинговых технологий "Возрождение" Республиканский центр маркетинга "RCM" Центр аналитических исследований и разработок Аутсорсинговый центр АУРУМ

Тема 2. Цели и задачи анализа рынка

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Свойства товарных рынков Основные направления исследования товарных рынков Участники рынка. Условия эффективного функционирования рынка

практическое занятие (2 часа(ов)):

устный опрос , примерные вопросы: Свойства товарных рынков Объекты рыночных исследований Участники рынка Условия эффективного функционирования рынка Правовое обеспечение эффективного функционирования рынка

Тема 3. Основные направления анализа рынков

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Исследование потребителей Исследование конкурентов Исследование посреднических структур Исследование товаров Исследование цен Исследование системы продвижения Исследование конъюнктуры рынка

практическое занятие (2 часа(ов)):

Устный опрос: Характеристика и содержание исследований: потребителей конкурентов посреднических структур товаров цен системы продвижения конъюнктуры рынка

Тема 4. Источники информации о рынке

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Внутренняя информация о рынке Внешняя информация Синдикативная информация

практическое занятие (2 часа(ов)):

Внутренняя информация о рынке Состав внутренних баз и документов Внешние источники информации о рынке Специфика синдикативной информации

Тема 5. Оценка емкости рынка

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие емкости рынка Определении емкости рынка товаров потребительского назначения Определении емкости рынка товаров производственного назначения

практическое занятие (2 часа(ов)):

Решение задач: Определении емкости рынка товаров потребительского назначения по результатам кабинетных исследований Определении емкости рынка товаров потребительского назначения по результатам полевых исследований Определении емкости рынка товаров производственного назначения по результатам кабинетных исследований Определении емкости рынка товаров производственного назначения по результатам полевых исследований

Тема 6. Прогнозирование развития рынка на основе экспертных оценок

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Сущность способа экспертных оценок Метод Дельфи, как инструмент прогнозирования Метод интервью Метод коллективной генерации идей Метод коллективной экспертной оценки Матричный метод Метод морфологической матрицы Морфологический метод Метод построения прогнозного сценария Метод эвристического прогнозирования Метод экспертных комиссий

практическое занятие (2 часа(ов)):

Устный опрос , примерные вопросы: Характеристика методов: Сущность способа экспертных оценок Метод Дельфи, как инструмент прогнозирования Метод интервью Метод коллективной генерации идей Метод коллективной экспертной оценки Матричный метод Метод морфологической матрицы Морфологический метод Метод построения прогнозного сценария Метод эвристического прогнозирования Метод экспертных комиссий

Тема 7. Математические методы прогнозирования

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Метод математической экстраполяции Экономико-статистическое моделирование Модель жизненного цикла товара Методы прогнозирования временных рядов

практическое занятие (2 часа(ов)):

Практическая работа на ПК: Построение модели жизненного цикла товара Проведение корреляционного анализа Формирование модели на основе уравнения регрессии

Тема 8. Обоснование выбора метода прогнозирования**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Методы прогнозирования рынка Методы прогнозирования спроса Методы прогнозирования продаж Методы прогнозирования управленческих решений Методы прогнозирования данных Методы прогнозирования финансовых показателей Методы прогнозирования банкротства

практическое занятие (2 часа(ов)):

Практическая работа на ПК: прогнозирование спроса прогнозирование продаж прогнозирование банкротства

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 исторический аспект исследований рынка	7	1,2	Подготовка доклада о специализированных маркетинговых организациях РФ и Казани	8	Обсуждение доклада
2.	Тема 2. Цели и задачи анализа рынка	7	3	Изучение правового обеспечения эффективного функционирования рынка	4	Устный ответ
3.	Тема 3. Основные направления анализа рынков	7	4	Подбор примеров содержания исследований по основным направлениям исследования рынков	4	Устный ответ
4.	Тема 4. Источники информации о рынке	7	5	Поиск информации о рынках	4	Письменная работа
5.	Тема 5. Оценка емкости рынка	7	6	Расчеты емкости рынка	4	Контрольная работа
6.	Тема 6. Прогнозирование развития рынка на основе экспертных оценок	7	7	Подготовка доклада по методам экспертных оценок	4	Обсуждение доклада
7.	Тема 7. Математические методы прогнозирования	7	8	Построение модели жизненного цикла товара Проведение корреляционного анализа Формирование модели n	4	Проверка выполненной работы

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
8.	Тема 8. Обоснование выбора метода прогнозирования	7	9	Практическая работа на ПК: прогнозирование спроса прогнозирование продаж прогнозирование банкротс	4	Проверка выполненной работы
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Разбор конкретных ситуаций, разработка моделей и прогнозов

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

Тема 1. Сущность и исторический аспект исследований рынка

Обсуждение доклада , примерные вопросы:

Доклады о специализированных маркетинговых организациях РФ и Казани: Компания "RSMarketing" Колл центр "Эффект" "Конкол" Агентство "MARCS" "Магазин исследований" Центр политических и маркетинговых технологий "Возрождение" Республиканский центр маркетинга "RCM" Центр аналитических исследований и разработок Аутсорсинговый центр АУРУМ

Тема 2. Цели и задачи анализа рынка

Устный ответ , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы: Свойства товарных рынков Объекты рыночных исследований Участники рынка Условия эффективного функционирования рынка Правовое обеспечение эффективного функционирования рынка

Тема 3. Основные направления анализа рынков

Устный ответ , примерные вопросы:

Исследование потребителей Исследование конкурентов Исследование посреднических структур Исследование товаров Исследование цен Исследование системы продвижения Исследование конъюнктуры рынка

Тема 4. Источники информации о рынке

Письменная работа , примерные вопросы:

Поиск информации о рынках: Внутренняя информация о рынке Состав внутренних баз и документов Внешние источники информации о рынке Специфика синдикативной информации

Тема 5. Оценка емкости рынка

Контрольная работа , примерные вопросы:

Решение задач: Определении емкости рынка товаров потребительского назначения по результатам кабинетных исследований Определении емкости рынка товаров потребительского назначения по результатам полевых исследований Определении емкости рынка товаров производственного назначения по результатам кабинетных исследований Определении емкости рынка товаров производственного назначения по результатам полевых исследований

Тема 6. Прогнозирование развития рынка на основе экспертных оценок

Обсуждение доклада , примерные вопросы:

Устный опрос , примерные вопросы: Характеристика методов: Сущность способа экспертных оценок Метод Дельфи, как инструмент прогнозирования Метод интервью Метод коллективной генерации идей Метод коллективной экспертной оценки Матричный метод Метод морфологической матрицы Морфологический метод Метод построения прогнозного сценария Метод эвристического прогнозирования Метод экспертных комиссий

Тема 7. Математические методы прогнозирования

Проверка выполненной работы , примерные вопросы:

Практическая работа на ПК: Построение модели жизненного цикла товара Проведение корреляционного анализа Формирование модели на основе уравнения регрессии

Тема 8. Обоснование выбора метода прогнозирования

Проверка выполненной работы , примерные вопросы:

Практическая работа на ПК: прогнозирование спроса прогнозирование продаж прогнозирование банкротства

Итоговая форма контроля

экзамен (в 7 семестре)

Примерные вопросы к экзамену:

Примерные вопросы к экзамену:

Свойства товарных рынков

Участники рынка

Условия эффективного функционирования рынка

Классификация рынков

Этика рынка

Кабинетные исследования рынка

Полевые исследования рынка

Методы экстраполяции

Методы экспертных оценок

Нормативные методы

Методы экономико-математического моделирования

Специальные методы

Понятие емкости рынка

Определении емкости рынка товаров потребительского назначения по результатам кабинетных исследований

Определении емкости рынка товаров потребительского назначения по результатам полевых исследований

Определении емкости рынка товаров производственного назначения по результатам кабинетных исследований

Определении емкости рынка товаров производственного назначения по результатам полевых исследований

Классификация видов спроса

Специфика определения спроса на товары потребительского назначения

Особенности спроса на товары производственного назначения

Внутренняя информация о рынке

Внешняя информация

Синдикативная информация

Исследование рынка потребительских товаров

Особенности рынка товаров производственного назначения

Исследование рынка товаров производственного назначения

Исследование потребителей

Исследование конкурентов
Исследование посреднических структур
Исследование товаров
Исследование цен
Исследование системы продвижения
Исследование конъюнктуры рынка
Прогнозирование спроса
Прогнозирование продаж
Прогнозирование банкротства
Прогнозирование на основе модели жизненного цикла товара
Прогнозирование на основе корреляционного анализа
Прогнозирование по модели на основе уравнения регрессии

Пример экзаменационного билета:

Министерство образования и науки РФ
ФГАОУ ВО "Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Кафедра маркетинга
Направление подготовки, профиль Менеджмент (Маркетинг)
Учебный год 2018/2019
Курс 4
Дисциплина Анализ и прогнозирование рынка

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ ♦

1. Условия эффективного функционирования рынка
2. Прогнозирование продаж

Преподаватель Е.С. Рольбина _____
подпись Ф.И.О

Зав. кафедрой Н.В. Каленская _____
подпись Ф.И.О

7.1. Основная литература:

1. Березин, Игорь Станиславович. Маркетинговый анализ : рынок. Фирма. Товар. Продвижение / Игорь Березин .? 3-е изд., испр. и доп. ? Москва ; Санкт-Петербург : Вершина, 2008 .? 478 с. : ил. ; 24 .? (Гильдия маркетологов рекомендует) [][Детальная информация]
2. Шаповалов, Владимир Александрович (канд. экон. наук, маркетинг) . Управление маркетингом и маркетинговый анализ : учебное пособие / В. А. Шаповалов .? Ростов-на-Дону : Феникс, 2008 .? 345 с. : ил. ; 21 .? (Высшее образование) .? Библиогр.: с. 337-340 (41 назв.)
3. 3. Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. - 2-е изд. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (обложка) ISBN 978-5-91134-811-3, 500 экз.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=418464>

7.2. Дополнительная литература:

1. Поздняков В. Я. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / РЭА им. Г.В. Плеханова; Под ред. В.Я. Позднякова. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 617 с.: 60x90 1/16. - (100 лет РЭА им. Г.В. Плеханова). (п) ISBN

978-5-16-003103-3//<http://znanium.com/bookread2.php?book=129504>[http](http://znanium.com/bookread2.php?book=129504)

2. Иванов Л. Н. Анализ стратегических решений (эвристика) / Л.Н. Иванов. - М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2010. - 177 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль). (обложка) ISBN

978-5-369-00619//<http://znanium.com/bookread2.php?book=190805>

3. Хохлов А. В. Мировые товарные рынки: Учебное пособие / А.В. Хохлов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-9776-0322-5, 200 экз.// <http://znanium.com/bookread2.php?book=460914>

4. Андреев В. А. Конкурентные рынки оптовой и розничной электроэнергии в России: Монография/Андреев В. А., Баронин С. А., Савинов И. О., Толстых Ю. О. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 261 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-006824-4 //<http://znanium.com/bookread2.php?book=545353>

5. Мельник, Маргарита Викторовна (д-р экон. наук ; 1941-) .Маркетинговый анализ : учебник для студентов, обучающихся по направлению 'Экономика' (степень-магистр) / М. В. Мельник, С. Е. Егорова .? Москва : Читай! : Рид Групп, 2011 .? 382, [1] с. : ил. ; 24 .? (Российское бизнес-образование) (Полный курс MBA) .? На обороте тит. л. авт.: М.В. Мельник - д.э.н., проф., С.Е. Егорова, д.э.н., доц. ? Библиогр.: с. 368-370 (51 назв.) [[Детальная информация]

7.3. Интернет-ресурсы:

Закон о защите прав потребителей - http://www.potrebitel.net/zakon_zpp/zakon.shtml

Маркетинговое исследование - <http://marketopedia.ru/93-marketingovoe-issledovanie.html>

Маркетинговое исследование - <http://iteam.ru/articles.php?id=393&pid=2&sid=22&tid=2>

МАРКЕТИНГОВОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ - <https://infopedia.su/11x24eb.html>

Методы прогнозирования в маркетинговых исследованиях -

https://studme.org/1332062415048/marketing/metody_prognozirovaniya_marketingovyh_issledovaniyah

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Анализ и прогнозирование рынка" 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.

WORD, Excel

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки Маркетинг .

Автор(ы):

Рольбина Е.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В. _____

"__" _____ 201__ г.