

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**УТВЕРЖДАЮ**

И.о. декана экономического факультета

д-р. экон. наук, профессор

Кусакина О.Н.

« 24 » \_\_\_\_\_ мая \_\_\_\_\_ 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**Б1.В.ДВ.02.02 МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ РЫНКА ТОВАРОВ И УСЛУГ**

Шифр и наименование дисциплины по учебному плану

**38.04.01 Экономика**

Код и наименование направления подготовки

**Экономическое и правовое обеспечение бизнеса**

Наименование магистерской программы

**Магистр**

Квалификация выпускника

**Очная, заочная**

Форма обучения

**2022**

год набора на ОП

Ставрополь, 2022

### 1. Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг» является формирование у магистрантов целостного представления о механизме и особенностях функционирования современного рынка товаров и услуг.

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Коды и наименования индикаторов достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-3. Способен анализировать состояние рыночной среды и оценивать ее влияние на текущий и перспективный спрос и предложение, осуществлять продвижение товаров и услуг, оценивать состояние конкурентной среды, прогнозировать развитие рыночной ситуации в соответствии с действующим антимонопольным законодательством	ПК-3.1 Владеет методами сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации из разных источников о состоянии спроса и предложения продуктов и услуг, мониторинга конкурентной среды	Знания: методов сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации, полученной из разных источников, о состоянии спроса и предложения рынка товаров и услуг
		Умения: использовать методы сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации, полученной из разных источников, для оценки состояния спроса и предложения рынка товаров и услуг
		Навыки: использовать методы сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации, полученной из разных источников, для оценки состояния спроса и предложения рынка товаров и услуг и мониторинга его конкурентной среды

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг» входит в число дисциплин по выбору студента, части, формируемой участниками образовательных отношений программы магистратуры.

Изучение дисциплины осуществляется:

- для студентов очной формы обучения – в 3 семестре;
- для студентов заочной формы обучения – на 2 курсе.

Для освоения дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин бакалавриата «Основы научно-исследовательской работы», «Экономика отраслевых рынков», «Маркетинговые исследования».

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг» является необходимой основой для:

- Преддипломной практики;
- Подготовки к сдаче и сдаче государственного экзамена.



5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием ответственного на них количества академических часов и видов учебных занятий

**Очная форма обучения**

№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
1.	Рынок товаров и услуг: предмет, задачи, методология	10	2	2	-	6	Собеседование, доклад с презентацией	Вопросы для собеседования, темы докладов	ПК-3.1
2.	Методы исследования экономической конъюнктуры рынка товаров и услуг	10	2	2	-	6	Собеседование, доклад с презентацией	Вопросы для собеседования, темы докладов	ПК-3.1
3.	Стратегический анализ рынка товаров и услуг	10	2	2	-	6	Собеседование	Вопросы для собеседования	ПК-3.1
Контрольная точка № 1		8	-	2	-	6	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, творческое задание	ПК-3.1
4.	Инфраструктура рынка товаров и услуг	12	2	2	-	8	Собеседование, доклад с презентацией	Вопросы для собеседования, темы докладов	ПК-3.1
5.	Оценка экономической эффективности деятельности организаций в условиях рынка	14	2	4	-	8	Собеседование	Вопросы для собеседования	ПК-3.1
Контрольная точка № 2		8	-	2	-	6	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, творческое задание	ПК-3.1
<b>Практическая подготовка</b>		<b>72</b>	<b>10</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>46</b>			
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>Зачет</b>		ПК-3.1
<b>Итого</b>		<b>72</b>	<b>10</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>46</b>			

**Заочная форма обучения**

№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций **	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
1.	Рынок товаров и услуг: предмет, задачи, методология	12	2	2	-	8	Собеседование, доклад с презентацией	Вопросы для собеседования, темы докладов	ПК-3.1
2.	Методы исследования экономической конъюнктуры рынка товаров и услуг	12	2	2	-	8	Собеседование, доклад с презентацией	Вопросы для собеседования, темы докладов	ПК-3.1
3.	Стратегический анализ рынка товаров и услуг	8	-	-	-	8	Собеседование	Вопросы для собеседования	ПК-3.1
4.	Инфраструктура рынка товаров и услуг	8	-	-	-	8	Собеседование, доклад с презентацией	Вопросы для собеседования, темы докладов	ПК-3.1
5.	Оценка экономической эффективности деятельности организаций в условиях рынка	16	2	4	-	10	Собеседование	Вопросы для собеседования	ПК-3.1
Контрольная точка		12	-	2	-	10	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, творческое задание	ПК-3.1
<b>Практическая подготовка</b>		<b>68</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>52</b>			
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>Зачет</b>		ПК-3.1
<b>Итого</b>		<b>72</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>52</b>			

### 5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий) / (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка		
		очная форма	заочная форма	очно-заочная форма
1. Рынок товаров и услуг: предмет, задачи, методология <i>(лекция-беседа)</i>	Понятие и сущность рынка товаров (продуктов и услуг). Причины и условия возникновения рынка. Классификация и иерархия отдельных субрынков. Понятия и признаки глобального рынка, локального рынка и регионального рынка. Субъекты рынка и их характеристика. Рынок продавцов и рынок покупателей, их количественные и качественные признаки. Понятие торговых посредников, их классификация. Классификация рынков по признаку типа и интенсивности конкуренции. Рынок совершенной конкуренции. Олигополия. Чистая монополия. Монополистическая конкуренция. Монопосония	2/2/2	2/2/2	-
2. Методы исследования экономической конъюнктуры рынка товаров и услуг	Понятие конкретной рыночной среды. Необходимость проведения исследования конкурентной рыночной среды рынка товаров и услуг. Требования к организации исследования конкурентной рыночной среды рынка товаров и услуг. Виды организации и выполнения исследования конкурентной рыночной среды рынка товаров и услуг. Цель и задачи исследований конкурентной рыночной среды рынка товаров и услуг. Методы исследования и их классификация. Принципы и этапы проведения исследования конкурентной рыночной среды рынка товаров и услуг. Особенность проведения данного исследования. Концепция исследования. Программа и план исследования.	2/-/2	2/-/2	-
3. Стратегический анализ рынка товаров и услуг	Понятие стратегического анализа рынка, макро- и микросреды. Выявление влияния отдельных факторов макросреды на эффективность деятельности хозяйствующего субъекта. Ка-	2/-/2	-	-

	<p>чественная оценка влияния политической, научно-технической, экологической, социально-демографической, культурно-образовательной и информационной среды на эффективность деятельности хозяйствующего субъекта и поведение потребителя. Дифференциация и концентрация доходов населения. Спрос и предложение. Факторы макросреды, влияющие на спрос и предложение. Понятие эластичности спроса и предложения. Эмпирический коэффициент эластичности. Инфраэластичность, ультраэластичность и унитарный спрос. Парадокс Джиффена, парадокс Вебелена и эффект замещаемости. Закон Энгеля. Понятие конкурентоспособности и потенциала фирмы, конкурентоспособности товара. Параметрический ряд. Параметрический индекс. Жесткие и мягкие параметрические индексы. Индекс конкурентоспособности товара. Коэффициент привлекательности товара. Экспертные методы в оценке конкурентоспособности товара. Квалиметрический метод балльных оценок для анализа потенциала фирмы. Портфолио-анализ. Понятие коммерческого риска. Методы в оценке риска.</p>			
4. Инфраструктура рынка товаров и услуг	<p>Характеристика организационной структуры рынка (число, специализация и размер фирм (компаний) и т.п.). Оценка уровня информационного обеспечения рыночной деятельности. Классификация предприятий, выполняющих торговые (сбытовые) функции. Классификация предприятий по их размеру.</p>	2/-/2	-	-
5. Оценка экономической эффективности деятельности организаций в условиях рынка <i>(лекция-дискуссия)</i>	<p>Понятие экономической эффективности деятельности организации в условиях рынка. Система показателей оценки экономической эффективности деятельности организации. Анализ</p>	2/2/2	2/-/2	-

	производительности труда в торгово-сбытовых предприятиях и предприятиях сферы услуг. Нормативы трудоемкости. Анализ суммы, состава, уровня и динамики издержек обращения. Методы расчета прибыли и рентабельности. Анализ факторов, определяющих эффективность рыночной деятельности организации. Оценка эффективности рекламной деятельности.			
<b>Итого</b>		<b>10/4/10</b>	<b>6/2/6</b>	-

### 5.2. Семинарские (практические, лабораторные) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий) / (практическая подготовка)	Всего часов / часов интерактивных занятий / практическая подготовка					
	очная форма		заочная форма		очно-заочная форма	
	прак	лаб	прак	лаб	прак	лаб
Тема 1. Рынок товаров и услуг: предмет, задачи, методология <i>(проблемная дискуссия)</i>	2/2/2	-	2/2/2	-	-	-
Тема 2. Методы исследования экономической конъюнктуры рынка товаров и услуг <i>(проблемная дискуссия)</i>	2/2/2	-	2/-/2	-	-	-
Тема 3. Стратегический анализ рынка товаров и услуг	2/-/2	-	-	-	-	-
Контрольная точка № 1	2/-/2	-	-	-	-	-
Тема 4. Инфраструктура рынка товаров и услуг	2/-/2	-	-	-	-	-
Тема 5. Оценка экономической эффективности деятельности организаций в условиях рынка <i>(круглый стол)</i>	4/2/4	-	4/2/4	-	-	-
Контрольная точка № 2	2/-/2	-	-	-	-	-
Контрольная работа (аудиторная)	-	-	2/-/2	-	-	-
<b>ВСЕГО:</b>	<b>16/6/16</b>	-	<b>10/4/10</b>	-	-	-

Интерактивные формы проведения занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся в соответствии с Положением об интерактивных формах обучения в ФГБОУ ВО Ставропольский ГАУ.

### 5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен.



#### 5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Виды самостоятельной работы	Очная форма, часов		Заочная форма, часов		Очно-заочная форма, часов	
	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации
Подготовка к собеседованию	14	-	12	-	-	-
Подготовка доклада с презентацией	20	-	14	-	-	-
Подготовка к контрольным точкам	12	-	14	-	-	-
Подготовка к контрольной работе, выполняемой самостоятельно	-	-	12	-	-	-
Подготовка к зачету	-	-	-	4	-	-
<b>ИТОГО</b>	<b>46</b>	<b>-</b>	<b>52</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Самостоятельную работу распределяем в соответствии с таблицами очной, заочной и очно-заочной формы «Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий».

#### 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг».
2. Методические рекомендации по освоению дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг».
3. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг».
4. Методические рекомендации по выполнению письменных работ (рефератов).
5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения.

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 (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	интернет-ресурсы (из п.9 РПД)
1.	Рынок товаров и услуг: предмет, задачи, методология	1,2,3,4	1,2,3,4,5,6,7,8	1-19
2.	Методы исследования экономической конъюнктуры рынка товаров и услуг	1,2,3,4	1,2,3,4,5,6,7,8	1-19
3.	Стратегический анализ рынка товаров и услуг	1,2,3,4	1,2,3,4,5,6,7,8	1-19
4.	Инфраструктура рынка товаров и услуг	1,2,3,4	1,2,3,4,5,6,7,8	1-19
5.	Оценка экономической эффективности деятельности организаций в условиях рынка	1,2,3,4	1,2,3,4,5,6,7,8	1-19

**7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг»**

**7.1. Перечень индикаторов компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

**Очная форма обучения**

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК-3.1. Владеет методами сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации из разных источников о состоянии спроса и предложения продуктов и услуг, мониторинга конкурентной среды	Исследование рыночной среды										
	Методы изучения рынка товаров и услуг	+									
	Маркетинговая аналитика										
	Стратегический маркетинг										
	Антимонопольное законодательство										
	Защита прав потребителей										
	Преддипломная практика										
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена										

**Заочная форма обучения**

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	Курс				
		1	2	3	4	5
ПК-3.1. Владеет методами сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации из разных источников о состоянии спроса и предложения продуктов и услуг, мониторинга конкурентной среды	Исследование рыночной среды					
	Методы изучения рынка товаров и услуг	+				
	Маркетинговая аналитика					
	Стратегический маркетинг					
	Антимонопольное законодательство					
	Защита прав потребителей					
	Преддипломная практика					
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена					

## 7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг» проводится в виде зачета.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО».

Для оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

### Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам, начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций	Максимальное количество баллов
1. Контрольная точка № 1	Оформление проекта	10
	Содержание проекта	10
	Защита проекта	10
2. Контрольная точка № 2	Оформление проекта	10
	Содержание проекта	10
	Защита проекта	10
<b>Сумма баллов по итогам текущего контроля</b>		<b>60</b>
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических занятиях		15
Поощрительные баллы (написание статей, участие в конкурсах, выступления на конференциях и т.д.)		15
<b>Итого</b>		<b>100</b>

### Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций

Знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных занятиях при условии активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

#### Критерии оценки

**10 баллов** – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя

**-1 балл** – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

**Результативность работы на практических занятиях** оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

**1 балл** – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; **0,5 балла** – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (**максимум – 2 балла**);

**1 балл** – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; **0,5 балла** - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (**максимум – 4 балла**);

**1 балл** – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (**максимум – 8 баллов**).

**0,1 балла** – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практико-ориентированных задач) по каждой из тем (**максимум – 1 балл**).

**Поощрительные баллы** начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – **максимум 15 баллов**. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

### **Критерии оценивания контрольной точки при сдаче двух контрольных точек в первом семестре в форме проекта**

#### **1. Оценивание оформления проекта и презентации к нему**

**8-10 баллов** проект на бумажном носителе и презентация в программе Power Point оформлены аккуратно, материал изложен грамотно, стилистически выдержан.

**5-7 баллов** есть ошибки в оформлении, не все требования соблюдены.

**До 5 баллов** оформление небрежное, требуется доработка.

#### **2. Оценивание содержания проекта**

**8-10 баллов** содержание проекта отвечает поставленным целям, информация в проекте использована корректно, все вопросы и разделы освещены полностью, для анализа и выводов приведены достаточные обоснования.

**5-7 баллов** содержание проекта не полностью раскрывает поставленные цели, информация использована не везде корректно, не все вопросы и разделы освещены полностью, для анализа и выводов не приведены достаточные обоснования.

**До 5 баллов** содержание проекта не раскрывает поставленные цели, отсутствуют некоторые разделы, или их название не отвечает содержанию, требуется доработка.

#### **3. Оценивание защиты проекта**

**8-10 баллов** выставляется студенту, продемонстрировавшему полное понимание всех положений защищаемого проекта, четкость и правильность изложения ответов на все вопросы, заданные преподавателем, имеющие непосредственное отношение к теме проекта и выявляющие полноту знаний студента по материалам, использованным в ней.

**5-7 баллов** выставляется студенту, который дал недостаточно полные ответы на вопросы, на некоторые из них дал ошибочные ответы или не ответил.

**До 5 баллов** ответы на большинство вопросов не даны.

## Состав балльно-рейтинговой оценки студентов заочной формы обучения

Результат текущего контроля для студентов **заочной формы обучения** складывается из оценки результатов обучения по всем разделам дисциплины и включает контрольную работу, выполненную в виде контрольной точки (аудиторной) в форме защиты проекта (**маx 30 баллов**), контрольную работу, выполненную студентом в рамках самостоятельной подготовки к промежуточной аттестации (**маx 30 баллов**), посещение лекций (**маx 10 баллов**), результативность работы на практических занятиях (**маx 15 баллов**), поощрительные баллы (**маx 15 баллов**).

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам, начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций	Максимальное количество баллов
1.	Контрольная работа, выполненная в виде контрольной точки (аудиторной) в форме защиты проекта	30
2.	Контрольная работа, выполненная студентом в рамках самостоятельной подготовки к промежуточной аттестации	30
<b>Сумма баллов по итогам текущего контроля</b>		<b>60</b>
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических занятиях		15
Поощрительные баллы (написание статей, участие в конкурсах, выступления на конференциях и т.д.)		15
<b>Итого</b>		<b>100</b>

## Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций

Знания по осваиваемым компетенциям формируются **на лекционных занятиях** при условии активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

### Критерии оценки

**10 баллов** – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя

**-1 балл** – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

**Результативность работы на практических занятиях** оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

**1 балл** – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; **0,5 балла** – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (**маx – 2 балла**);

**1 балл** – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; **0,5 балла** - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (**маx – 4 балла**);

**1 балл** – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (**маx – 8 баллов**).

**0,1 балла** – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практико-ориентированных задач) по каждой из тем (**маx – 1 балл**).

**Поощрительные баллы** начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – *max 15 баллов*. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

## **Критерии оценивания контрольной точки в форме проекта**

### **1. Оформление проекта и презентации к нему**

**8-10 баллов** проект на бумажном носителе и презентация в программе Power Point оформлены аккуратно, материал изложен грамотно, стилистически выдержан.

**5-7 баллов** есть ошибки в оформлении, не все требования соблюдены.

**До 5 баллов** оформление небрежное, требуется доработка.

### **2. Содержания проекта**

**8-10 баллов** содержание проекта отвечает поставленным целям, информация в проекте использована корректно, все вопросы и разделы освещены полностью, для анализа и выводов приведены достаточные обоснования.

**5-7 баллов** содержание проекта не полностью раскрывает поставленные цели, информация использована не везде корректно, не все вопросы и разделы освещены полностью, для анализа и выводов не приведены достаточные обоснования.

**До 5 баллов** содержание проекта не раскрывает поставленные цели, отсутствуют некоторые разделы, или их название не отвечает содержанию, требуется доработка.

### **3. Защита проекта**

**8-10 баллов** выставляется студенту, продемонстрировавшему полное понимание всех положений защищаемого проекта, четкость и правильность изложения ответов на все вопросы, заданные преподавателем, имеющие непосредственное отношение к теме проекта и выявляющие полноту знаний студента по материалам, использованным в ней.

**5-7 баллов** выставляется студенту, который дал недостаточно полные ответы на вопросы, на некоторые из них дал ошибочные ответы или не ответил.

**До 5 баллов** ответы на большинство вопросов не даны.

## **Критерии оценивания контрольной работы, выполненной студентом в рамках самостоятельной подготовки к промежуточной аттестации**

### **Теоретический вопрос**

**20 баллов** - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

**14 баллов** - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

**8 баллов** - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

**4 балл** - дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и

уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

**0 баллов** - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

### **Оформление работы**

**8-10 баллов** работа оформлена аккуратно, в соответствии с требованиями.

**5-7 балла** есть ошибки в оформлении, не все требования соблюдены.

**до 5 баллов** оформление небрежное, требуется доработка.

При проведении итоговой аттестации «зачет» преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценку «зачет» по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет по приведенным вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость на зачёте не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче зачета к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на зачете, и сумма баллов переводится в оценку.

### **Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете**

По дисциплине Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и наличие по текущей успеваемости более 45 баллов. Студентам, набравшим более 55 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, набравшие от 45 до 54 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД.

### **7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг»**

В качестве заданий для текущего контроля успеваемости могут быть использованы задания подобного содержания:

#### **Примерные вопросы для собеседования (оценка знаний):**

1. Что вы понимаете под рынком товаров и услуг?
2. Дайте понятие конкурентной рыночной среды.
3. В чём заключается необходимость проведения исследования конкурентной рыночной среды рынка товаров и услуг?
4. Какие принципы и этапы проведения исследования конкурентной рыночной среды рынка товаров и услуг вы знаете?
5. В чём заключается особенность проведения данного исследования?
6. Рассмотрите понятие эластичности спроса и предложения.
7. Приведите формулы расчёта и смысл коэффициентов эластичности (инфраэластичность, ультраэластичность и унитарный спрос, парадокс Джиффена, парадокс Вебелена и эффект замещения, закон Энгеля).
8. Дайте понятие конкурентоспособности и потенциала фирмы, конкурентоспособности товара.
9. Что такое издержки обращения? Как они формируются?
10. Что такое выручка, прибыль и рентабельность?

#### **Примерные творческие задания для текущего контроля**

1. Определить продуктовые границы рынка объекта своей НИР (используя товарные классификаторы, например, ОКВЭД).
2. Найти данные, характеризующие показатели конъюнктуры (показатели результатов экономической деятельности, показатели цен, показатели использования ресурсов) участников анализируемого рынка (*источниками данных могут быть ФСС (Росстат), документы (в том числе, представленные на Интернет-сайте) объекта НИР (стратегии и программы, отчеты и планы), документы органов государственного и муниципального управления (в том числе, представленные на официальных Интернет-сайтах), документы профессиональных объединений участников рынка (в том числе, представленные на официальных Интернет-сайтах) и другие*).
3. Применить к собранным данным один из изученных методов анализа и прогнозирования динамики развития рынка товаров и услуг.

#### **Примерные темы докладов с презентацией для текущего контроля**

1. Анализ рынка продуктов питания.
2. Анализ рынка товаров для детей.
3. Анализ рынка косметики и средств личной гигиены.
4. Анализ рынка услуг архитектурно-строительного проектирования.
5. Анализ рынка услуг связи.
6. Анализ рынка медицинских услуг.

### **ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ, ВЫПОЛНЯЕМЫЕ В ФОРМЕ ПРЕКТОВ**

#### **Контрольная точка № 1 (по темам 1-3)**

Выполнение и защита проектов на заданную тему (**оценка знаний, умений, навыков**).

1. Анализ рынка продуктов питания.
2. Анализ рынка товаров для детей.
3. Анализ рынка косметики и средств личной гигиены.
4. Анализ рынка одежды и обуви.
5. Анализ рынка промышленного сырья.
6. Анализ рынка нефти и нефтепродуктов.
7. Анализ рынка автомобилей.



8. Анализ рынка сельскохозяйственной продукции.
9. Анализ рынка машин и оборудования.
10. Анализ рынка сахара.
11. Анализ рынка кондитерских изделий.
12. Анализ рынка вычислительной техники.
13. Анализ рынка летательных аппаратов.
14. Анализ рынка недвижимости.
15. Анализ рынка масла.
16. Анализ рынка офисной техники.
17. Анализ рынка спортивных товаров.
18. Анализ рынка алмазов.
19. Анализ рынка зерновых культур.
20. Анализ рынка мебели.
21. Анализ рынка пшеницы.
22. Анализ рынка ячменя.
23. Анализ рынка гречихи.
24. Анализ рынка нута.
25. Анализ рынка чечевицы.
26. Анализ рынка рапса.
27. Анализ рынка сои.
28. Анализ рынка подсолнечника.
29. Анализ рынка кукурузы на зерно.
30. Анализ рынка овощей открытого грунта.
31. Анализ рынка овощей закрытого грунта.
32. Анализ рынка картофеля.
33. Анализ рынка сахарной свеклы.
34. Анализ рынка мяса говядины.
35. Анализ рынка мяса свинины.
36. Анализ рынка мяса баранины.
37. Анализ рынка мяса птицы.
38. Анализ рынка молока.
39. Анализ рынка яиц.
40. Анализ рынка рыбы.
41. Анализ рынка ... (магистрант может самостоятельно выбрать объект исследования).

Отчётные материалы по проекту должны включать в себя как тексты, так и мультимедийные продукты (презентации).

### **Контрольная точка № 2 (по темам 4-5)**

Выполнение и защита проектов на заданную тему (**оценка знаний, умений, навыков**).

1. Анализ рынка услуг дошкольного образования.
2. Анализ рынка услуг общего образования.
3. Анализ рынка услуг дополнительного образования.
4. Анализ рынка услуг детского отдыха и оздоровления.
5. Анализ рынка услуг теплоснабжения.
6. Анализ рынка услуг архитектурно-строительного проектирования.
7. Анализ рынка услуг связи.
8. Анализ рынка медицинских услуг.
9. Анализ рынка услуг жилищно-коммунального хозяйства.
10. Анализ рынка услуг общественного питания.
11. Анализ рынка спортивно-оздоровительных услуг.
12. Анализ рынка услуг ... (магистрант может самостоятельно выбрать объект исследования)

Отчётные материалы по проекту должны включать в себя как тексты, так и мультимедийные продукты (презентации).

### **Типовые контрольные работы для студентов заочной формы обучения**

Варианты для контрольной работы, выполненной в виде контрольной точки (аудиторной) по всем темам, формируются из тех же материалов, которые были приведены выше для студентов очной формы обучения.

#### **Вопросы к зачету**

1. Что вы понимаете под рынком товаров и услуг?
2. Какие причины и условия возникновения рынков вы можете назвать?
3. Назовите классификацию и иерархию отдельных субрынков.
4. Какие вы знаете признаки глобального рынка, локального рынка и регионального рынка?
5. Перечислите основных субъектов рынка. Охарактеризуйте их.
6. Что вы понимаете под рынком продавцов и рынок покупателей? Рассмотрите их количественные и качественные признаки.
7. Кто на рынке выступает в качестве торговых посредников?
8. Рассмотрите классификацию рынков по признаку типа и интенсивности конкуренции. Охарактеризуйте каждый из рассмотренных рынков.
9. Дайте понятие конкурентной рыночной среды.
10. В чём заключается необходимость проведения исследования конкурентной рыночной среды рынка товаров и услуг?
11. Какие существуют требования к организации исследования конкурентной рыночной среды рынка товаров и услуг?
12. Какие вы знаете виды организации и выполнения исследования конкурентной рыночной среды рынка товаров и услуг?
13. В чём заключаются цель и задачи исследований конкурентной рыночной среды рынка товаров и услуг? Соотнесение их с целями развития предприятия (организации).
14. Какие методы оценки конкурентной рыночной среды рынка товаров и услуг вы знаете? Перечислите их и охарактеризуйте.
15. Какие принципы и этапы проведения исследования конкурентной рыночной среды рынка товаров и услуг вы знаете?
16. В чём заключается особенность проведения данного исследования?
17. Как формируют концепцию, программу и план исследования?
18. Что вы понимаете под стратегическим анализом рынка, макро- и микросреды?
19. Какие факторы макросреды могут оказывать влияние на эффективность деятельности хозяйствующего субъекта?
20. Дайте качественную оценку влияния политической, научно-технической, экологической, социально-демографической, культурно-образовательной и информационной среды на эффективность деятельности хозяйствующего субъекта и поведение потребителя.
21. Рассмотрите понятие дифференциации и концентрации доходов населения.
22. Как отразится изменение факторов макросреды на покупательском спросе и предложении производителей?
23. Рассмотрите понятие эластичности спроса и предложения.
24. Приведите формулы расчёта и смысл коэффициентов эластичности (инфраэластичность, ультраэластичность и унитарный спрос, парадокс Джиффена, парадокс Вебелена и эффект замещаемости, закон Энгеля).
25. Дайте понятие конкурентоспособности и потенциала фирмы, конкурентоспособности товара.
26. Что вы понимаете под параметрическим рядом, параметрическим индексом?
27. Что вы понимаете под жесткими и мягкими параметрическими индексами?
28. Сводные индексы жестких и мягких параметров.
29. Что вы понимаете под индексом конкурентоспособности товара?
30. Приведите формулу расчёта коэффициента привлекательности товара.
31. Какие экспертные методы в оценке конкурентоспособности товара вы знаете?
32. Рассмотрите квалиметрический метод балльных оценок для анализа потенциала фирмы.
33. Что такое портфолио-анализ.
34. Что вы понимаете под коммерческим риском и какие методы его оценки вы знаете?

35. Охарактеризуйте организационную структуру рынка товаров и услуг (число, специализация и размер фирм (компаний) и т.п.).
36. Как оценить уровень информационного обеспечения рыночной деятельности.
37. Приведите классификацию предприятий, выполняющих торговые (сбытовые) функции.
38. Рассмотрите классификацию предприятий рынка товаров и услуг по их размеру.
39. Что вы понимаете под эффективностью деятельности организации в условиях рынка?
40. Рассмотрите показатели экономической эффективности деятельности организации в условиях рынка.
41. Как осуществляется анализ производительности труда в торгово-сбытовых предприятиях и предприятиях сферы услуг?
42. Что такое издержки обращения?
43. Как они формируются?
44. Что такое выручка, прибыль и рентабельность? Приведите формулы их расчёта и экономический смысл.
45. Какие факторы могут повлиять на показатели эффективности деятельности организации?
46. Оцените эффективность рекламной деятельности организации.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

- а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

### **основная литература:**

1. Зайцев, А. Г. Маркетинговые исследования : учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура, Специалитет/Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева. - Москва: Издательский Центр РИОР, 2018. - 88 с. - URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=372731>.
2. Земляк, С. В. Управление продажами : учебник ; ВО - Бакалавриат/Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Смоленский ф-л; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Смоленский ф-л; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Смоленский ф-л; Санкт-Петербургский государственный экономический университет, ф-л в г. Анадыре; Алтайский государственный университет. - Москва: Вузовский учебник, 2019. - 300 с. - URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=1019525>.
3. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие ; ВО - Бакалавриат/Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет); Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Тульский ф-л. - Москва: Вузовский учебник, 2020. - 368 с. - URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=1058467>.
4. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : Учебное пособие; ВО - Бакалавриат/Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. - 294 с. - URL: <http://znanium.com/go.php?id=1093671>.

### **дополнительная литература:**

1. Годин, А. М. Маркетинг : учебник для студентов вузов по экон. специальностям. - М.: Дашков и К\*, 2008. - 756 с.
2. Ивашковская, И. В. Финансовая архитектура компаний. Сравнительные исследования на развитых и развивающихся рынках : монография/Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». - Москва: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2015. - 238 с. - URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=471624>.
3. Карпова, С. В. Маркетинговая политика организаций: теория, методология и практика : кол. моногр./Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - Москва: Вузовский учебник, 2015. - 212 с. - URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=536847>.
4. Мамедова, Н. А. Малый бизнес в рыночной среде : учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура/Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2016. - 152 с. - URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=612686>.
5. Румянцева, Е. Е. Новая экономическая энциклопедия/Е. Е. Румянцева. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 882 с.
6. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования : практикум ; учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат/Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева; Российский государственный гуманитарный университет; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. - 214 с. - URL: <http://znanium.com/go.php?id=1091794>.
7. Чеботаев, А. А. Генезис «маятника экономики» в регулируемых рыночных отношениях : учеб. пособие для студентов вузов по специальности «Организация перевозок и упр. на транспорте (по отраслям)». - М.: Мир; Колос, 2003. - 304 с.
8. Черенков, В. И. Глобальная маркетинговая среда: опыт концептуальной интеграции : монография/Санкт-Петербургский государственный университет. - Москва: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2018. - 362 с. - URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=920704>.

- б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.
1. Научные исследования: понятийно-терминологическая специфика: справ. пособие / В. И. Трухачев, С. Г. Светульников, Т. В. Хан, Е. Л. Торопцев, А. В. Гладилин ; СтГАУ. - Ставрополь: Агрус, 2005. - 128 с.

**9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

- |   |  |
|---|--|
| 1. <a href="http://www.government.ru/">http://www.government.ru/</a><br><a href="http://www.cbr.ru">http://www.cbr.ru</a> | Интернет-портал Правительства РФ<br>Центральный банк России  |
| 2. <a href="http://www.economy.gov.ru/minec/main">http://www.economy.gov.ru/minec/main</a>                                | Министерство экономического развития Российской Федерации  |
| 3. <a href="http://www.minfin.ru">http://www.minfin.ru</a>  | Министерство финансов России   |
| 4. <a href="http://www.nalog.ru">http://www.nalog.ru</a>  | Министерство по налогам и сборам России  |
| 5. <a href="https://rosstat.gov.ru/">https://rosstat.gov.ru/</a>  | Госкомстат России  |
| 6. <a href="http://www.rbc.ru">http://www.rbc.ru</a>  | Информационное агентство «Росбизнесконсалтинг» (Россия)  |
| 7. <a href="https://www.worldbank.org">https://www.worldbank.org</a>  | Всемирный банк   |
| 8. <a href="https://www.imf.org">https://www.imf.org</a>  | Международный валютный фонд  |
| 9. <a href="https://www.nber.org/">https://www.nber.org/</a>  | Национальное бюро экономических исследований (США)   |
| 10. <a href="https://www.iep.ru/ru/">https://www.iep.ru/ru/</a>   | Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара   |
| 11. <a href="http://www.hse.ru">http://www.hse.ru</a>   | Государственный университет - Высшая школа экономики (Россия)  |
| 12. <a href="https://beafnd.org/">https://beafnd.org/</a>   | Бюро экономического анализа (Россия)   |
| 13. <a href="http://vopreco.ru">http://vopreco.ru</a>   | Журнал «Вопросы экономики»   |
| 14. <a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>   | Справочно-поисковая система «Консультант Плюс»   |
| 15. <a href="http://www.garant.ru/">http://www.garant.ru/</a>   | Справочно-поисковая система СПС «Гарант»   |
| 16. <a href="https://www.elibrary.ru/authors.asp">https://www.elibrary.ru/authors.asp</a>                                 | Научная библиотека elibrary.ru   |
| 17. <a href="http://eup.ru/">http://eup.ru/</a>   | Экономика и управление на предприятиях. Научно-образовательный портал. Библиотека экономической и управленческой литературы.                       |
| 18. <a href="http://www.aup.ru">http://www.aup.ru</a>   | Административно-Управленческий Портал - бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии |
| 19. <a href="http://ecsocman.hse.ru/">http://ecsocman.hse.ru/</a>   | Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент»   |

## 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Методы изучения рынка товаров и услуг» предусматривает изучение тем, в которых рассматриваются методики сбора информации о рынке товаров и услуг, особенности проектирования процесса исследований рынка, включающие поиск источников информации, выбор способов и технических средств сбора, расчет объема выборки, а также особенности анализа, систематизации данных и составления отчета о проведении исследований.

Дисциплина тесно связана с другими учебными дисциплинами, в которых изучаются поведение потребителей, маркетинговые исследования, технологии продаж и др.

Дисциплина «Методы изучения рынка товаров и услуг» предусматривает теоретическое изучение основных понятий, принципов, инструментов, моделей и методов, используемых в процессе изучения рынка товаров и услуг.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса. Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Результатом прослушивания лекции для студентов является конспект. При написании конспекта хорошо оставлять свободные места, предусмотреть поля, так как при проработке материала с использованием книги бывает необходимо дополнить или скорректировать записи. Такая работа с конспектом приводит к глубокому пониманию и освоению предмета.

Практические занятия проводятся в виде практических работ (обсуждение контрольных и проблемных вопросов, выполнение рефератов на актуальные темы, рассмотрение примеров из практики отечественных предприятий и т.п.). Дисциплина «Методы изучения рынка товаров и услуг» носит прикладной характер, а следовательно, особое внимание при проведении практических занятий уделяется тем теоретическим положениям и практическим навыкам, которые могут быть использованы в будущей практической деятельности.

Чтобы облегчить выполнение заданий, необходимо определить временные рамки. Еженедельная подготовка по дисциплине требует временных затрат. Четкое фиксирование по времени регулярных дел, закрепление за ними одних и тех же часов – важный шаг к организации времени. При учете времени надо помнить об основной цели рационализации – получить наибольший эффект с наименьшими затратами. Учет – лишь средство для решения основной задачи: сэкономить время.

Важная роль в организации учебной деятельности отводится учебно-тематическому плану дисциплины, дающему представление не только о тематической последовательности изучения курса, но и о затратах времени, отводимом на изучение курса. Успешность освоения курса «Методы изучения рынка товаров и услуг» во многом зависит от правильно спланированного времени при самостоятельной подготовке (в зависимости от специальности от 2–3 до 5 часов в неделю).

При подготовке к занятиям по дисциплине «Методы изучения рынка товаров и услуг» необходимо руководствоваться нормами времени на выполнение заданий. Например, при подготовке к занятию на проработку конспекта одной лекции, учебников, как правило, отводится от 0,5 часа до 2 часов, а на изучение первоисточников объемом 16 страниц печатного текста с составлением конспекта 1,5–2 часа, с составлением лишь плана около 1 часа.

Успешное изучение курса «Методы изучения рынка товаров и услуг» предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделяется целям, задачам, структуре и содержанию курса.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Начиная изучение курса, студенту необходимо:

- ознакомиться с программой, изучить список рекомендуемой литературы. К программе курса необходимо будет возвращаться постоянно, по мере усвоения каждой темы в отдельности, для того чтобы понять: достаточно ли полно изучены все вопросы;

- внимательно разобраться в структуре курса «Методы изучения рынка товаров и услуг», в системе распределения учебного материала по видам занятий, формам контроля, чтобы иметь представление о курсе в целом, о лекционной и практической части всего курса изучения;

- обратиться к методическим пособиям по дисциплине, позволяющим ориентироваться в последовательности выполнения заданий.

**11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).**

**11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения**

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующее программное обеспечение: MicrosoftWindowsServerSTDCORE AllLng License/Software AssurancePack Academic OLV 16Licenses LevelE AdditionalProduct CoreLic 1Year; Kaspersky Total Security Russian Edition. 1000-1499 Node 1 year Educational Renewal License; КонсультантПлюс-СК сетевая версия (правовая база).

**11.2 Перечень свободно распространяемого программного обеспечения**  
BigBlueButton

**11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства**

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

**12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	<b>Учебная аудитория для проведения лекционных занятий</b> (ауд. № 165, площадь – 66,6 м <sup>2</sup> ).	Специализированная мебель на 30 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., телевизор SAMSUNG UHD TV 7 series - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
2	<b>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа</b> (ауд. № 159, площадь – 66,6 м <sup>2</sup> ).	Специализированная мебель на 26 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., видеопроектор – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, тематические плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
3	<b>Учебные аудитории для самостоятельной работы студентов:</b>	
	1. Читальный зал научной библиотеки (площадь 177 м <sup>2</sup> )	Оснащение: специализированная мебель на 100 посадочных мест, персональные компьютеры – 56 шт., телевизор – 1шт., принтер – 1шт., цветной принтер – 1шт., копировальный аппарат – 1шт., сканер – 1шт., Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
	2. Учебная аудитория № 173а (площадь – 31,9 м <sup>2</sup> )	Специализированная мебель на 12 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., интерактивная доска – 1 шт., проектор – 1 шт., классная доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, ин-

		формационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
4	<b>Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций</b> (ауд. № 173а, площадь – 31,9 м <sup>2</sup> ).	Специализированная мебель на 12 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., интерактивная доска – 1 шт., проектор – 1 шт., классная доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
5	<b>Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации</b> (ауд. № 173а, площадь – 31,9 м <sup>2</sup> ).	Специализированная мебель на 12 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., интерактивная доска – 1 шт., проектор – 1 шт., классная доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.

### **13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

#### **а) для слабовидящих:**

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);
- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;
- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;
- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство.

#### **в) для глухих и слабослышащих:**

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);
- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

#### **д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):**

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.



Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика и учебного плана магистерской программы «Экономическое и правовое обеспечение бизнеса».

Автор:

к.э.н., доцент Скиперская Е.В.

Рецензенты:

к.э.н., доцент Довготько Н.А.

к.э.н., доцент Вайцеховская С.С.

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг» рассмотрена на заседании кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики протокол № 18 от 16 мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.01 Экономика и учебного плана магистерской программы «Экономическое и правовое обеспечение бизнеса».

Зав. кафедрой экономической теории, маркетинга и агроэкономики, д-р. экон. наук,  
профессор

Кусакина О. Н.

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 9 от 19 мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.01 Экономика и учебного плана магистерской программы «Экономическое и правовое обеспечение бизнеса».

Руководитель ОП, д-р. экон. наук,  
профессор

Кусакина О. Н.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг»  
по подготовке обучающегося по программе магистратуры  
по направлению подготовки**

<b>38.04.01</b>	<b>Экономика</b>
код	наименование направления подготовки
	<b>Экономическое и правовое обеспечение бизнеса</b>
	магистерская программа
<b>Форма обучения – очная, заочная.</b>	
<b>Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час.</b>	
<b>Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий</b>	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 10 ч., в том числе практическая подготовка - 10 ч., практические (лабораторные) занятия – 16 ч., в том числе практическая подготовка - 16 ч., самостоятельная работа – 46 ч., в том числе практическая подготовка - 46 ч., контроль – ___ ч.</p> <p><u>Заочная форма обучения:</u> лекции – 6 ч., в том числе практическая подготовка - 6 ч., практические (лабораторные) занятия – 10 ч., в том числе практическая подготовка - 10 ч., самостоятельная работа – 52 ч, в том числе практическая подготовка - 52 ч., контроль – 4 ч.</p>
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг» является формирование у магистрантов целостного представления о механизме и особенностях функционирования современного рынка товаров и услуг.
<b>Место дисциплины в структуре ОП ВО</b>	Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Методы изучения рынка товаров и услуг» входит в число дисциплин по выбору студента, части, формируемой участниками образовательных отношений программы магистратуры.
<b>Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины</b>	<p><b>Профессиональные компетенции (ПК):</b></p> <p><b>ПК-3 – Способен анализировать состояние рыночной среды и оценивать ее влияние на текущий и перспективный спрос и предложение, осуществлять продвижение товаров и услуг, оценивать состояние конкурентной среды, прогнозировать развитие рыночной ситуации в соответствии с действующим антимонопольным законодательством</b></p> <p>ПК-3.1 – Владеет методами сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации из разных источников о состоянии спроса и предложения продуктов и услуг, мониторинга конкурентной среды.</p>
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методов сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации, полученной из разных источников, о состоянии спроса и предложения рынка товаров и услуг (ПК-3.1);</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать методы сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации, полученной из разных источников, для оценки состояния спроса и предложения рынка товаров и услуг (ПК-3.1);</li> </ul> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать методы сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации, полученной из разных источников,</li> </ul>

	для оценки состояния спроса и предложения рынка товаров и услуг и мониторинга его конкурентной среды (ПК-3.1).
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</b>	Тема 1. Рынок товаров и услуг: предмет, задачи, методология Тема 2. Методы исследования экономической конъюнктуры рынка товаров и услуг Тема 3. Стратегический анализ рынка товаров и услуг Тема 4. Инфраструктура рынка товаров и услуг Тема 5. Оценка экономической эффективности деятельности организаций в условиях рынка
<b>Форма контроля</b>	<u>Очная форма обучения:</u> семестр 3 – зачёт. <u>Заочная форма обучения:</u> курс 2 – контрольная работа, зачёт.
<b>Автор:</b>	доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, канд. экон. наук Скиперская Е.В.