

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

« ____ » _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.01.01 Исследование рыночной среды

38.04.01 Экономика

Экономическое и правовое обеспечение бизнеса

магистр

очная

1. Цель дисциплины

Целью изучения является освоение методики сбора информации о рынке, проектирования процесса исследований рынка, включая поиск источников информации, выбор способов и технических средств сбора, расчет объема выборки, а также приобретение навыков анализа, систематизации данных и формирования отчета о проведенном исследовании.

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	Код и наименование индикатора достижения компетенции	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	знает методы сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации, полученной из разных источников, о состоянии конкурентной среды отдельных отраслевых рынков умеет использовать методы сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации, полученной из разных источников, для оценки состояния конкурентной среды отдельных отраслевых рынков владеет навыками использовать методы сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации, полученной из разных источников, для оценки состояния отдельных отраслевых рынков и мониторинга конкурентной среды

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Исследование рыночной среды» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений программы.

Изучение дисциплины осуществляется в I семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Исследование рыночной среды» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

- Сравнительное правоведение и международное право
- Информационные технологии в аграрном производстве
- Проектная деятельность
- Ознакомительная практика
- Математический анализ

Освоение дисциплины «Исследование рыночной среды» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Преддипломная практика
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
- Стратегический маркетинг
- Маркетинговая аналитика
- Исследование поведения потребителей
- Интернет-маркетинг
- Методы изучения рынка товаров и услуг
- Маркетинговые технологии в бизнесе

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины «Исследование рыночной среды» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
1	72/2	10	16		46		За
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	6				
практической подготовки		10	16		46		

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
1	72/2			0.12			

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

№	Наименование раздела/темы	Семестр	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.	1 раздел. Тема 1. Рыночная среда: понятие, сущность, элементы									
1.1.	Тема 1. Рыночная среда: понятие, сущность, элементы	1	4	2	2		10	КТ 1	Тест	ПК-3.1
1.2.	Тема 2. Организация и этапы проведения исследования конкурентной среды отдельных отраслевых рынков	1	6	2	4		10	КТ 1	Тест	ПК-3.1
1.3.	Тема 3. Методические подходы к анализу рыночной среды отдельных отраслевых рынков	1	6	2	4		10	КТ 2	Тест	ПК-3.1
1.4.	Тема 4. Статистический анализ конкурентной рыночной среды	1	4	2	2		8	КТ 2	Тест	ПК-3.1
1.5.	Тема 5. Мониторинг и прогнозирование изменений конкурентной среды отдельных отраслевых рынков	1	6	2	4		8	КТ 2	Тест	ПК-3.1

	Промежуточная аттестация	За								
	Итого		72	10	16		46			
	Итого		72	10	16		46			

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
Тема 1. Рыночная среда: понятие, сущность, элементы	Рыночная среда как экономическая категория. Элементы рыночной среды. Факторы, влияющие на состояние рыночной среды. Влияние на рыночную среду циклических факторов. Влияние научно-технического прогресса на состояние рыночной среды. Влияние эндогенных и экзогенных факторов на состояние рыночной среды.	2/2
Тема 2. Организация и этапы проведения исследования конкурентной среды отдельных отраслевых рынков	Необходимость проведения исследования конкурентной рыночной среды. Требования к организации исследования конкурентной рыночной среды. Виды организации и выполнения исследования конкурентной рыночной среды. Цель и задачи исследований рыночной среды. Соотнесение их с целями развития предприятия или организациями. Принципы и этапы проведения исследования конкурентной рыночной среды. Особенности проведения данного исследования. Концепция исследования. Программа и план исследования. Группировка факторов, полученных в процессе исследования конкурентной рыночной среды.	2/-
Тема 3. Методические подходы к анализу рыночной среды отдельных отраслевых рынков	Количественные методы получения информации: особенность их применения. Личное интервью: понятие и особенности проведения. Телефонное интервью: понятие и особенности проведения. Online интервью: понятие и особенности проведения. Измерение трафика и холл-тест: понятие и особенности проведения. Качественные методы получения информации: особенность их применения. Виды качественных методов получения информации: глубинное интервью, метод фокус-групп, метод наблюдения, метод экспертных оценок, эксперимент. PEST – анализ: сущность и область применения. SWOT – анализ: сущность и область применения. STEP– анализ: сущность и область применения. Направления исследований рыночной среды на основе методов фундаментального анализа. Факторы, изучаемые с помощью фундаментального анализа рыночной среды.	2/2

	Методы фундаментального анализа рыночной среды. Сущность рейтингового анализа рыночной среды. Методы рейтингового анализа. Недостатки рейтингового анализа в прогнозировании рыночной среды. Сущность экспертного анализа. Экспертные методы прогнозирования рыночной среды. Алгоритм работы экспертов.	
Тема 4. Статистический анализ конкурентной рыночной среды	Выборка. Значение выборки. План выборки. Виды выборки. Случайная выборка. Механическая (систематическая) выборка. Стратифицированная (районированная) выборка. Серийная (гнездовая или кластерная) выборка: особенности её применения. Невероятностная выборка. Квотная выборка. Метод «снежного кома». Стихийная выборка. Статистическое обоснование репрезентативности, применяемой к случайным (вероятностным, статистическим) выборкам - простым, стратифицированным, кластеризованным, многоступенчатым. Нестатистическое обоснование репрезентативности, применяемой к целевым (квотным, «основного массива», «снежного кома» и т.п.) выборкам.	2/-
Тема 5. Мониторинг и прогнозирование изменений конкурентной среды отдельных отраслевых рынков	Понятие и сущность мониторинга конкурентной рыночной среды. Цели и задачи мониторинга конкурентной рыночной среды. Объекты мониторинга рыночной среды. Основной метод мониторинга конкурентной рыночной среды. Компоненты мониторинга конкурентной рыночной среды. Понятие, сущность и задачи статистического прогнозирования конкурентной рыночной среды.	2/-
Итого		10

5.2.1. Семинарские (практические) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Тема 1. Рыночная среда: понятие, сущность, элементы	Рыночная среда как экономическая категория. Элементы рыночной среды. Факторы, влияющие на состояние рыночной среды. Влияние на рыночную среду циклических факторов. Влияние научно-технического прогресса на состояние рыночной среды. Влияние эндогенных и экзогенных факторов на состояние рыночной среды.	Пр	2/2/2
Тема 2.	Необходимость проведения исследования	Пр	4/-/4

<p>Организация и этапы проведения исследования конкурентной среды отдельных отраслевых рынков</p>	<p>конкурентной рыночной среды. Требования к организации исследования конкурентной рыночной среды. Виды организации и выполнения исследования конкурентной рыночной среды. Цель и задачи исследований рыночной среды. Соотнесение их с целями развития предприятия или организациями. Принципы и этапы проведения исследования конкурентной рыночной среды. Особенности проведения данного исследования. Концепция исследования. Программа и план исследования. Группировка факторов, полученных в процессе исследования конкурентной рыночной среды.</p>		
<p>Тема 3. Методические подходы к анализу рыночной среды отдельных отраслевых рынков</p>	<p>Количественные методы получения информации: особенность их применения. Личное интервью: понятие и особенности проведения. Телефонное интервью: понятие и особенности проведения. Online интервью: понятие и особенности проведения. Измерение трафика и холл-тест: понятие и особенности проведения. Качественные методы получения информации: особенность их применения. Виды качественных методов получения информации: глубинное интервью, метод фокус-групп, метод наблюдения, метод экспертных оценок, эксперимент. PEST – анализ: сущность и область применения. SWOT – анализ: сущность и область применения. STEP– анализ: сущность и область применения. Направления исследований рыночной среды на основе методов фундаментального анализа. Факторы, изучаемые с помощью фундаментального анализа рыночной среды. Методы фундаментального анализа рыночной среды. Сущность рейтингового анализа рыночной среды. Методы рейтингового анализа. Недостатки рейтингового анализа в прогнозировании рыночной среды. Сущность экспертного анализа. Экспертные методы прогнозирования рыночной среды. Алгоритм работы экспертов.</p>	<p>Пр</p>	<p>4/2/4</p>
<p>Тема 4. Статистический анализ конкурентной рыночной среды</p>	<p>Выборка. Значение выборки. План выборки. Виды выборки. Случайная выборка. Механическая (систематическая) выборка. Стратифицированная (районированная) выборка. Серийная (гнездовая или кластерная) выборка: особенности её применения. Невероятностная выборка. Квотная выборка. Метод «снежного кома». Стихийная выборка. Статистическое обос-</p>	<p>Пр</p>	<p>2/2/2</p>

	нование репрезентативности, применяемой к случайным (вероятностным, статистическим) выборкам - простым, стратифицированным, кластеризованным, многоступенчатым. Нестатистическое обоснование репрезентативности, применяемой к целевым (квотным, «основного массива», «снежного кома» и т.п.) выборкам.		
Тема 5. Мониторинг и прогнозирование изменений конкурентной среды отдельных отраслевых рынков	Понятие и сущность мониторинга конкурентной рыночной среды. Цели и задачи мониторинга конкурентной рыночной среды. Объекты мониторинга конкурентной рыночной среды. Основной метод мониторинга конкурентной рыночной среды. Компоненты мониторинга конкурентной рыночной среды. Понятие, сущность и задачи статистического прогнозирования конкурентной рыночной среды.	Пр	4/-/4
Итого			

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
Рыночная среда как экономическая категория. Элементы рыночной среды. Факторы, влияющие на состояние рыночной среды. Влияние на рыночную среду циклических факторов. Влияние научно-технического прогресса на состояние рыночной среды. Влияние эндогенных и экзогенных факторов на состояние рыночной среды.	10
Виды организации и выполнения исследования конкурентной рыночной среды. Цель и задачи исследований рыночной среды. Соотнесение их с целями развития предприятия или организациями. Принципы и этапы проведения исследования конкурентной рыночной среды. Особенности проведения данного исследования. Концепция исследования. Программа и	10
информации: глубинное интервью, метод фокус-групп, метод наблюдения, метод экспертных оценок, эксперимент. PEST – анализ: сущность и область применения. SWOT – анализ: сущность и область применения. STEEP – анализ: сущность и область применения. Направления исследований рыночной среды на основе методов фундаментального анализа. Факторы,	10
(районированная) выборка. Серийная (гнездовая или кластерная) выборка: особенности её применения. Невероятностная выборка. Квотная выборка. Метод «снежного кома». Стихийная выборка. Статистическое обоснование репрезентативности, применяемой к случайным (вероятностным, статистическим) выборкам - простым, стратифицированным, кластеризованным, многоступенчатым. Нестатистическое обоснование репре-	8

<p>Понятие и сущность монито-ринга конкурентной рыночной среды. Цели и задачи монито-ринга конкурентной рыночной среды. Объекты мониторинга рыночной среды. Основной ме-тод мониторинга конкурентной рыночной среды. Компоненты мониторинга конкурентной ры-ночной среды. Понятие, суц-ность и задачи статистического прогнозирования конкурентной рыночной среды.</p>	<p>8</p>
--	----------

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Исследование рыночной среды» 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 «Исследование рыночной среды».
2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Исследование рыночной среды».
3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ () (при наличии).
4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)
5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).

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)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Тема 1. Рыночная среда: понятие, сущность, элементы . Рыночная среда как экономическая категория. Элементы рыночной среды. Факторы, влияющие на состояние рыночной среды. Влияние на рыночную среду циклических факторов. Влияние научно-технического прогресса на состояние рыночной среды. Влияние эндогенных и экзогенных факторов на состояние рыночной среды.	Л1.1, Л1.2	Л2.1	Л3.1
2	Тема 2. Организация и этапы проведения исследования конкурентной среды отдельных отраслевых рынков . Необходимость проведения исследования конкурентной рыночной среды. Требования к организации исследования конкурентной рыночной среды. Виды организации и выполнения исследования конкурентной рыночной среды. Цель и задачи исследований рыночной среды. Соотнесение их с целями развития предприятия или организациями. Принципы и этапы проведения исследования конкурентной рыночной среды. Особенности проведения данного исследования. Концепция исследования. Программа и план исследования. Группировка факторов, полученных в процессе	Л1.1, Л1.2	Л2.1	Л3.1

	исследования конкурент-ной рыночной среды.			
3	<p>Тема 3. Методические подходы к анализу рыночной среды отдельных отраслевых рынков . Количественные методы получения информации: особенность их применения. Личное интервью: понятие и особенности проведения. Телефонное интервью: понятие и особенности проведения. Online интервью: понятие и особенности проведения. Измерение трафика и холл-тест: понятие и особенности проведения. Качественные методы получения информации: особенность их применения. Виды качественных методов получения информации: глубинное интервью, метод фокус-групп, метод наблюдения, метод экспертных оценок, эксперимент. PEST – анализ: сущность и область применения. SWOT – анализ: сущность и область применения. STEEP– анализ: сущность и область применения. Направления исследований рыночной среды на основе методов фундаментального анализа. Факторы, изучаемые с помощью фундаментального анализа рыночной среды. Методы фундаментального анализа рыночной среды. Сущность рейтингового анализа рыночной среды. Методы рейтингового анализа. Недостатки рейтингового анализа в прогнозировании рыночной среды. Сущность экспертного анализа. Экспертные методы прогнозирования рыночной среды. Алгоритм работы экспертов.</p>	Л1.1, Л1.2	Л2.1	Л3.1
4	<p>Тема 4. Статистический анализ конкурентной рыночной среды. Выборка. Значение выборки. План выборки. Виды выборки. Случайная выборка. Механическая (систематическая) выборка. Стратифицированная (районированная) выборка. Серийная (гнездовая или кластерная) выборка: особенности её применения. Невероятностная выборка. Квотная выборка. Метод «снежного кома». Стихийная выборка. Статистическое обоснование репрезентативности, применяемой к случайным (ве-</p>	Л1.1, Л1.2	Л2.1	Л3.1

	роятностным, статистическим) выборкам - простым, стратифицированным, кластеризованным, многоступенчатым. Нестатистическое обоснование репрезентативности, применяемой к целевым (квотным, «основного массива», «снежного кома» и т.п.) выборкам.			
5	Тема 5. Мониторинг и прогнозирование изменений конкурентной среды отдельных отраслевых рынков. Понятие и сущность мониторинга конкурентной рыночной среды. Цели и задачи мониторинга конкурентной рыночной среды. Объекты мониторинга рыночной среды. Основной метод мониторинга конкурентной рыночной среды. Компоненты мониторинга конкурентной рыночной среды. Понятие, сущность и задачи статистического прогнозирования конкурентной рыночной среды.	Л1.1, Л1.2	Л2.1	Л3.1

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Исследование рыночной среды»

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

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2	
		1	2	3	4
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	Антимонопольное законодательство			x	
	Защита прав потребителей	x			
	Маркетинговая аналитика		x		
	Методы изучения рынка товаров и услуг			x	
	Преддипломная практика				x
	Стратегический маркетинг			x	

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 «Исследование рыночной среды» 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 «Исследование рыночной среды» проводится в виде Зачет.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются

оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) 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 семестр			
КТ 1	Тест		15
КТ 2	Тест		15
Сумма баллов по итогам текущего контроля			30
Посещение лекционных занятий			20
Посещение практических/лабораторных занятий			20
Результативность работы на практических/лабораторных занятиях			30
Итого			100
№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижений компетенций	Максимальное количество баллов	Критерии оценки знаний студентов
1 семестр			
КТ 1	Тест	15	задание включает в себя 30 тестов - вес каждого правильного ответа 0,5 балла. Контрольная точка засчитывается если студент набрал 10 баллов, то есть правильно ответил на 20 тестов (что составляет 66% от общего объема КТ)
КТ 2	Тест	15	задание включает в себя 30 тестов - вес каждого правильного ответа 0,5 балла. Контрольная точка засчитывается если студент набрал 10 баллов, то есть правильно ответил на 20 тестов (что составляет 66% от общего объема КТ)

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

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

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

По дисциплине «Исследование рыночной среды» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и без привязке к набранным баллам. Студентам, набравшим более 65 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, не набравшие 65 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД. Максимальная сумма баллов по промежуточной аттестации (зачету) устанавливается в 15 баллов

Вопрос билета	Количество баллов
Теоретический вопрос	до 5
Задания на проверку умений	до 5
Задания на проверку навыков	до 5

Теоретический вопрос

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла 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.

1 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.

Задания на проверку умений и навыков

5 баллов Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет без замечаний. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

4 балла Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет с небольшими недочетами.

2 баллов Задания выполнены с задержкой, письменный отчет с недочетами. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задания выполнены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задания выполнены, письменный отчет не представлен или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Исследование рыночной среды»

Вопросы к зачету по дисциплине «Исследование рыночной среды»

1. Что такое рынок?
2. Каковы условия формирования рынка?
3. Какими чертами обладает рынок?
4. Какие функции рынка вы знаете?
5. Какие существуют критерии разделения рынков? Приведите примеры классификации рынков по различным критериям.
6. Из каких элементов формируется рыночная среда?
7. Какие факторы оказывают влияние на состояние рыночной среды?
8. Можно ли предопределить заранее влияние на рыночную среду циклических факторов?
9. Каким образом научно-технический прогресс может влиять на состояние рыночной среды? Приведите примеры такого влияния.
10. Какие требования к организации исследования рыночной среды предъявляются?
11. Какие виды организации и выполнения исследования рыночной среды вы знаете?
12. В чем состоит основная цель и задачи организации и проведения исследования рыночной среды? Как она соотносится с целями развития предприятия или организациями?
13. Обозначьте принципы и этапы проведения исследования рыночной среды.
14. В чем состоит особенность проведения данного исследования?
15. Могут ли факторы иметь схожие значения классификационных признаков?
16. Какие вы знаете количественные методы получения информации? В чем особенность их применения?
17. Личное интервью: понятие и особенности проведения.
18. Телефонное интервью: понятие и особенности проведения.
19. Online интервью: понятие и особенности проведения.
20. Измерение трафика и холл-тест: понятие и особенности проведения.
21. Какие вы знаете качественные методы получения информации? В чем особенность их применения?
22. методы получения информации, как: глубинное интервью, метод фокус-групп, метод наблюдения, метод экспертных оценок, эксперимент.
23. В чем заключается сущность и область применения PEST – анализа?
24. В чем заключается сущность и область применения SWOT – анализа?
25. В чем заключается сущность и область применения STEP– анализа?
26. Что такое выборка?
27. Каково её значение?
28. Что такое план выборки и для чего он разрабатывается?
29. Какие виды выборки вы знаете?
30. Что вы понимаете под случайной выборкой?

31. Что вы понимаете под механической (систематической) выборкой?
 32. В чем особенность стратифицированной (районированной) выборки?
 33. Что такое серийная (гнездовая или кластерная) выборка и каковы особенности её применения?
 34. Сравните невероятностные и квотные выборки.
 35. Что вы понимаете под методом снежного кома?
 36. Что такое стихийная выборка? Чем она отличается от выборки типичных случаев.
 37. Что вы понимаете под мониторингом рыночной среды?
 38. Какие цели и задачи мониторинга рыночной среды вы знаете?
 39. Что является объектом мониторинга рыночной среды?
 40. Какие основные методы мониторинга рыночной среды вы знаете?
 41. Какие задачи статистического прогнозирования рыночной среды вы знаете?
 42. Перечислите этапы статистического анализа рыночной среды.
 43. В чем заключается сущность технического анализа рыночной среды?
 44. Дайте определение факторам, изучаемым с помощью фундаментального анализа рыночной среды.
 45. Какие методы фундаментального анализа рыночной среды вы знаете?
 46. В чем заключается сущность рейтингового анализа рыночной среды?
 47. Какие методы и показатели рейтингового анализа вы знаете?
 48. Какие существуют недостатки рейтингового анализа в прогнозировании рыночной среды?
 49. В чем заключается сущность экспертного анализа?
 50. Дайте определение конъюнктуры как экономической категории.
 51. Какие виды конъюнктуры вы знаете?
 52. Приведите количественные и качественные характеристики экономической конъюнктуры.
 53. Какие циклические факторы формирования экономической конъюнктуры существуют?
 54. Охарактеризуйте систему экономических циклов (малых, средних, больших) рыночной конъюнктуры, закономерности их проявления.
 55. Как фазы делового цикла (кризис, депрессия, оживление, подъем) могут оказывать влияние на конъюнктуру товарных рынков.
- Темы рефератов
1. Методология комплексного исследования конъюнктуры мирового рынка зерна.
 2. Рыночная среда агропродовольственного рынка: факторы формирования и методы оценки.
 3. Применение модели «Скрытых издержек» (True Cost Accounting) в исследовании устойчивости мировых агропродовольственных систем.
 4. Сравнительный анализ прогнозных моделей развития мировых аграрных рынков (OECD-FAO, USDA, ВШЭ).
 5. Трансформация моделей международной торговли сельскохозяйственной продукцией в условиях геоэкономической фрагментации.
 6. Влияние нетарифных мер регулирования (санитарных и фитосанитарных норм) на доступ аграрной продукции на рынки стран БРИКС и ЕС.
 7. Сдвиги в товарной и географической структуре мирового рынка масличных культур и растительных масел.
 8. Формирование и развитие региональных аграрных рынков в Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС).
 9. Особенности ценообразования на продукцию органического сельского хозяйства в контексте перехода к устойчивым агросистемам.
 10. Влияние продовольственной инфляции на доступность продовольствия и структуру потребления в развивающихся странах
 11. Инновационный маркетинг в АПК в эпоху цифровой трансформации: SWOT-анализ глобального опыта.
 12. Роль больших данных (Big Data) и искусственного интеллекта в прогнозировании ценовых колебаний на мировых аграрных рынках.

13. Цифровизация цепочек поставок как фактор повышения эффективности экспорта агропродовольственной продукции.

14. Нишевые рынки как драйвер устойчивого развития агропродовольственных систем.

15. Особенности формирования и развития рынков продукции с защищенным географическим указанием (PGI/PGI)

16. Рынок «альтернативного белка» (растительного, культивируемого мяса и насекомых): исследование рыночной среды и перспектив замещения традиционного животноводства.

17. Исследование рыночного потенциала агролесомелиорации и продукции лесного хозяйства как элемента «зеленой» экономики.

18. Адаптация российского агропродовольственного комплекса к новым условиям рыночной среды: переориентация экспортных потоков и логистики.

Контрольная точка (КТ) при изучении дисциплины - это вид текущего контроля, который позволяет оценить усвоение студентами логически завершённой части учебного материала.

Основная цель проведения КТ заключается в оценивании степени усвоения учебного материала студентами и выявлении пробелов в знаниях.

Дисциплина «Исследование рыночной среды», включает себя 2 КТ (максимально по 15 баллов каждая), которые проводятся в следующем порядке:

1 контрольная точка проводится после изучения тем:

Тема 1. Рыночная среда: понятие, сущность, элементы

Тема 2. Организация и этапы проведения исследования конкурентной среды рынка АПК

Тема 3. Методические подходы к анализу рыночной среды рынка АПК

2 контрольная точка проводится после изучения тем:

Тема 4. Статистический анализ конкурентной рыночной среды

Тема 5. Мониторинг и прогнозирование изменений конкурентной среды отраслевого рынка

АПК

Контрольная точка 1

1. Что понимается под рыночной средой в экономическом анализе?

А. Совокупность внутренних факторов предприятия

Б. Совокупность внешних и внутренних сил, влияющих на способность предприятия устанавливать и поддерживать успешные взаимоотношения с целевыми потребителями

В. Только конкурентное окружение компании

Г. Макроэкономическая ситуация в стране

2. Какие факторы относятся к макросреде предприятия АПК?

А. Поставщики удобрений и техники

Б. Покупатели зерна

В. Демографические изменения в стране

Г. Торговые посредники

3. Что из перечисленного является элементом микросреды агропредприятия?

А. Законодательство в области сельского хозяйства

Б. Уровень инфляции

В. Потребители продукции (например, перерабатывающие заводы)

Г. Научно-технический прогресс

4. Какой метод анализа используется для выявления сильных и слабых сторон предприятия, а также возможностей и угроз внешней среды?

А. PEST-анализ

Б. SWOT-анализ

В. Анализ безубыточности

Г. ABC-анализ

5. Что из перечисленного является сильной стороной (Strengths) для сельскохозяйственного предприятия?

А. Высокий уровень государственной поддержки (субсидии)

Б. Рост цен на ГСМ

В. Наличие современных оросительных систем

Г. Вступление новых конкурентов на рынок

6. Какие факторы исследуются в рамках PEST-анализа?
- А. Политические, экономические, социальные, технологические
 - Б. Потребители, поставщики, конкуренты, посредники
 - В. Сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы
 - Г. Цена, продукт, место, продвижение
7. Какой фактор внешней среды относится к политико-правовым в АПК?
- А. Изменение курса валют
 - Б. Уровень доходов населения
 - В. Правила предоставления экспортных субсидий на зерно
 - Г. Внедрение технологий точного земледелия
8. Какова цель первого этапа маркетингового исследования рынка АПК?
- А. Сбор первичных данных
 - Б. Определение проблемы и целей исследования
 - В. Анализ полученной информации
 - Г. Представление отчета руководству
9. Что относится к первичным данным в исследовании рынка молока?
- А. Данные Росстата о надоях за прошлый год
 - Б. Отчеты Министерства сельского хозяйства
 - В. Результаты опроса фермеров о планах на следующий сезон
 - Г. Статья в научном журнале о мировых ценах на сухое молоко
10. Какой метод сбора данных наиболее эффективен для изучения поведения покупателей на сельскохозяйственном рынке?
- А. Кабинетное исследование
 - Б. Наблюдение (например, за выбором продукции в магазине)
 - В. Анализ бухгалтерской отчетности конкурента
 - Г. Изучение упаковки товара
11. Какой термин означает способность товара или услуги быть проданным на рынке при наличии аналогичных товаров конкурентов?
- А. Рентабельность
 - Б. Конкурентоспособность
 - В. Ликвидность
 - Г. Себестоимость
12. Для анализа какого элемента рыночной среды используется модель "Пяти сил" Майкла Портера?
- А. Анализ макросреды
 - Б. Анализ внутренней среды
 - В. Анализ конкурентной среды (микросреды)
 - Г. Анализ финансовой устойчивости
13. Какая из сил Портера описывает угрозу со стороны товаров-заменителей для зернового хозяйства?
- А. Появление новых фермерских хозяйств
 - Б. Рост потребления хлебобулочных изделий
 - В. Использование синтетических материалов вместо натурального зерна
 - Г. Некоторые производства
 - Д. Усиление требований банков к фермерам
14. Как называется документ, содержащий четко сформулированные вопросы, на которые респондент дает ответы?
- А. Гайд интервью
 - Б. Анкета
 - В. Отчет
 - Г. Выборка
15. Что такое сегментирование рынка?
- А. Процесс выбора двух или более сегментов для выхода на них
 - Б. Разделение потребителей на группы на основе определенных признаков
 - В. Определение товара на фоне товаров-конкурентов

Г. Комплекс маркетинговых коммуникаций

16. Какой тип вопросов в анкете предполагает выбор только одного варианта из нескольких?

А. Открытый вопрос

Б. Вопрос-меню (множественный выбор)

В. Альтернативный вопрос (да/нет)

Г. Шкала Лайкерта

17. В какой последовательности реализуются этапы проведения исследования конкурентной среды?

А. Аналитическая обработка данных

Б. Интерпретация результатов

В. Подготовительный этап

Г. Информационно-аналитический этап (сбор информации)

18. С чего начинается процесс планирования маркетингового исследования?

А. С разработки анкеты

Б. С расчета бюджета исследования

В. С выявления проблем и формулирования целей

Г. С анализа вторичной информации

19. Что такое репрезентативность выборки в исследовании?

А. Большой объем выборки

Б. Случайный характер отбора респондентов

В. Способность выборки отражать характеристики генеральной совокупности

Г. Проведение опроса в выходные дни

20. Какой фактор является ключевым отличием рынка АПК от других рынков?

А. Высокая скорость оборота капитала

Б. Зависимость предложения от природно-климатических условий

В. Отсутствие государственного регулирования

Г. Стабильность цен в течение года

21. Что изучает конъюнктура рынка?

А. Только динамику цен

Б. Только объемы производства

В. Текущую экономическую ситуацию на рынке (спрос, предложение, цены)

Г. Перспективы развития отрасли на 10 лет

22. Какие предприятия являются конкурентами для крупного производителя подсолнечного масла?

А. Производители сливочного масла

Б. Производители оливкового масла

В. Производители майонеза

Г. Все вышеперечисленные, так как они удовлетворяют сходные потребности (товары-заменители)

23. Что такое "полевое исследование"?

А. Изучение документов и отчетов

Б. Сбор первичной информации (опросы, наблюдения, эксперименты)

В. Исследование, проводимое в офисе

Г. Анализ почвенных образцов

24. Концепция ESG включает в себя следующие компоненты, КРОМЕ:

А. Environmental (Экологический)

Б. Economic (Экономический)

В. Social (Социальный)

Г. Governance (Корпоративное управление)

25. Какая организация может являться контактной аудиторией для фермерского хозяйства?

А. Банк, выдавший кредит

Б. Местная администрация

В. Средства массовой информации

Г. Все перечисленные

26. Какой показатель используется для измерения емкости рынка?

А. Объем прибыли всех продавцов

Б. Суммарный объем продаж товара всеми конкурентами за определенный период

В. Количество покупателей на рынке

Г. Минимальная цена на рынке

27. Как классифицируются рынки АПК по масштабу?

А. Рынок сырья и рынок готовой продукции

Б. Местный, региональный, национальный, мировой

В. Оптовый и розничный

Г. Рынок совершенной и несовершенной конкуренции

28. Какой фактор внешней среды АПК является специфическим и не оказывает такого сильного влияния на промышленность?

А. Научно-технический прогресс

Б. Платежеспособность населения

В. Плодородие почвы и погодные условия

Г. Инфляция

29. Что означает понятие "рыночная доля" предприятия?

А. Отношение прибыли предприятия к объему продаж

Б. Отношение объема продаж предприятия к общей емкости рынка

В. Отношение затрат предприятия к его выручке

Г. Количество покупателей, знающих бренд

30. Какой метод анализа используется для исследования глобальных факторов конкурентной среды?

А. Тайный покупатель

Б. PESTEL-анализ

В. Бенчмаркинг

Г. Анализ цифрового следа

Контрольная точка №2

1. Какой статистический показатель характеризует вариацию признака?

А. Средняя арифметическая

Б. Мода

В. Дисперсия

Г. Темп роста

2. Как рассчитать темп прироста объема продаж на рынке зерна?

А. Отношение последующего значения к предыдущему

Б. Разница между последующим и предыдущим значением, деленная на предыдущее значение, умноженная на 100%

В. Произведение последующего и предыдущего значений

Г. Сумма всех значений ряда

3. Для чего используется индекс концентрации (CR) на отраслевом рынке?

А. Для измерения уровня инфляции

Б. Для определения доли рынка, приходящейся на заданное количество крупнейших продавцов

В. Для расчета средних цен

Г. Для прогнозирования спроса

4. Какое значение индекса Херфиндаля-Хиршмана (НИИ) указывает на высококонцентрированный рынок (согласно зарубежной практике)?

А. Менее 500

Б. От 500 до 1000

В. Более 1800-2000

Г. Равное 0

5. Что такое динамический ряд в статистике рынка?

А. Ряд цифр, характеризующих изменение явления во времени

Б. Ранжированный список предприятий

В. Распределение потребителей по возрасту

Г. Структура себестоимости продукции

6. Какая модель прогнозирования основана на анализе временных рядов (тренда)?

- А. Опрос экспертов
 - Б. Метод Дельфи
 - В. Экстраполяция (например, построение линии тренда)
 - Г. Сценарный анализ
7. Что измеряет коэффициент эластичности спроса по цене?
- А. Как изменится предложение при изменении цены
 - Б. Как изменится спрос при изменении дохода потребителя
 - В. На сколько процентов изменится спрос при изменении цены на 1%
 - Г. Отношение цены товара к цене товара-заменителя
8. Если коэффициент эластичности спроса на гречку равен 0,3, это означает, что спрос:
- А. Эластичный
 - Б. Неэластичный (товар первой необходимости)
 - В. Единичной эластичности
 - Г. Абсолютно эластичный
9. Какой метод относится к качественным методам прогнозирования?
- А. Анализ временных рядов
 - Б. Регрессионный анализ
 - В. Метод экспертных оценок (Дельфи)
 - Г. Экспоненциальное сглаживание
10. Что такое мониторинг конкурентной среды?
- А. Единоразовое исследование рынка
 - Б. Постоянное (систематическое) наблюдение за рынком и его субъектами
 - В. Прогнозирование цен на следующий год
 - Г. Составление бизнес-плана
11. Сглаживание временного ряда методом скользящей средней применяется для:
- А. Увеличения количества наблюдений
 - Б. Выявления сезонных колебаний и случайных отклонений
 - В. Снижения точности прогноза
 - Г. Усложнения расчетов
12. Наличие тренда во временном ряду означает:
- А. Случайные колебания показателя
 - Б. Циклические колебания вокруг среднего
 - В. Устойчивую тенденцию к росту или снижению показателя
 - Г. Отсутствие какой-либо зависимости во времени
13. Какой показатель отражает среднюю ошибку прогноза?
- А. Коэффициент корреляции
 - Б. Среднеквадратическое отклонение
 - В. Средняя абсолютная ошибка (MAE, MAD)
 - Г. Медиана выборки
14. Как определить долю рынка предприятия?
- А. Выручка предприятия / Общая выручка всех предприятий на рынке
 - Б. Прибыль предприятия / Общая выручка предприятия
 - В. Активы предприятия / Активы конкурента
 - Г. Объем продаж предприятия / Объем продаж лидера рынка
15. Расположите в правильной последовательности шаги построения «дерева целей».
- А. Декомпозиция главной цели на подцели
 - Б. Проверка логической полноты и непротиворечивости «дерева»
 - В. Формулировка главной цели
 - Г. Построение иерархии (разбиение подцелей на более мелкие)
16. Корреляционный анализ позволяет:
- А. Установить наличие и тесноту связи между двумя и более показателями
 - Б. Определить точное функциональное уравнение связи
 - В. Рассчитать темп роста
 - Г. Провести сегментирование
16. Регрессионный анализ позволяет:
- А. Установить только наличие связи

Б. Описать форму связи в виде математического уравнения

В. Вычислить моду ряда

Г. Рассчитать уровень инфляции

17. Какой прогноз считается краткосрочным для рынка АПК?

А. На 1 день

Б. До 1 года

В. От 1 года до 5 лет

Г. Свыше 5 лет

18. Какая информация необходима для построения карты рынка (позиционирования конкурентов)?

А. Данные о затратах конкурентов

Б. Данные о ценах и качестве (или других характеристиках) конкурентов

В. Данные о количестве сотрудников

Г. Данные о возрасте директоров

19. Если коэффициент вариации цен на рынке молока составляет 35%, что это означает?

А. Совокупность цен однородна (средняя типична)

Б. Совокупность цен неоднородна (средняя нетипична), высокий разброс

В. Цены стабильны

Г. Нулевую инфляцию

20. Какая форма связи между ценой на яблоки и объемом их предложения?

А. Обратная (чем выше цена, тем меньше предложение)

Б. Прямая (чем выше цена, тем больше предложение)

В. Связь отсутствует

Г. Циклическая

22. Установите правильную логическую последовательность этапов проявления регулирующей функции рынка в АПК при дефиците товара:

А. Производители увеличивают объем производства данной культуры

Б. Возникает дефицит продукта (например, подсолнечного масла) и рост цен на него

В. Высокая цена сигнализирует о высокой доходности этого направления

Г. Предложение увеличивается, что в перспективе ведет к стабилизации или снижению цены

23. Какой метод прогнозирования наиболее уместен для прогноза урожайности на основе данных о количестве осадков и удобрений?

А. Метод Дельфи

Б. Многофакторный регрессионный анализ

В. Экстраполяция по одному показателю

Г. Анализ сценариев

24. Если спрос на товар растет медленнее, чем доходы населения, это:

А. Товар первой необходимости с низкой эластичностью по доходу

Б. Предмет роскоши

В. Товар Гиффена

Г. Импортный товар

25. Основной целью метода «Дельфи» в экспертных исследованиях является:

А. Быстрое получение единого мнения под давлением большинства

Б. Достижение консенсуса экспертов за счёт анонимности и многораундовой обратной связи

В. Построение математической модели на основе мнений специалистов

Г. Оценка только текущего состояния рынка без прогнозирования

26. Для анализа какого процесса используется "метод скользящей средней"?

А. Выявление основной тенденции (тренда) ряда

Б. Расчет доли рынка

В. Анализ ликвидности

Г. Оценка конкурентоспособности товара

27. Какой из показателей не является абсолютной величиной?

А. Объем экспорта пшеницы в тоннах

Б. Стоимость валового сбора в рублях

В. Индекс физического объема производства

Г. Количество фермерских хозяйств

28. Целью конкурентного анализа в АПК является:

А. Определение себестоимости продукции конкурента

Б. Оценка привлекательности отрасли и позиций конкурентов для выработки стратегии

В. Сговор с конкурентами о разделе рынка

Г. Копирование товаров конкурента

29. Как часто рекомендуется проводить мониторинг цен на основных рынках сбыта сельхозпродукции?

А. Раз в 5 лет

Б. Ежедневно или еженедельно (в зависимости от волатильности)

В. Только перед посевной

Г. Только во время уборочной

30. При построении прогноза объема продаж на следующий год, что должно учитываться в первую очередь?

А. Только цены прошлого года

Б. Тренд прошлых лет, ожидаемые изменения в доходах населения, прогноз урожая (предложения)

В. Только планы конкурентов

Г. Личные предпочтения владельца бизнеса

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

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

основная

Л1.1 Гришина В. Т. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]:практикум; ВО - Бакалавриат. - Москва: Вузовский учебник, 2021. - 58 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=398920>

Л1.2 Сафронова Н. Б., Корнеева И. Е. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 292 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=431633>

дополнительная

Л2.1 Скляр Е. Н., Авдеенко Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]:практикум ; учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 214 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=1091794>

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

Л3.1 Моосмюллер Г., Ребик Н. Н. Маркетинговые исследования с SPSS [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 200 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=371391>

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

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1	Министерство экономического развития Российской Федерации http://www.economy.gov.ru/minec/main	http://www.economy.gov.ru/minec/main
2	Журнал «Вопросы экономики»	http://vopreco.ru
3	Онлайн курсы на образовательной платформе «Открытое образование»	https://openedu.ru/course/

4	Онлайн курсы на образовательной платформе Coursera	https://www.coursera.org/
5	Онлайн курсы на образовательной платформе Лекториум	https://www.lektorium.tv/
6	Справочно-поисковая система «Консультант Плюс»	http://www.consultant.ru/

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Исследование рыночной среды» предусматривает изучение тем, в которых рассматриваются методики сбора информации о рынке, 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 «Исследование рыночной среды» предусматривает теоретическое изучение основных понятий, принципов, инструментов, моделей и методов, используемых в процессе изучения рынка и рыночной конъюнктуры.

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 «Исследование рыночной среды» 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 «Исследование рыночной среды» 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 «Исследование рыночной среды» 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 «Исследование рыночной среды» 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 «Исследование рыночной среды», 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

1. Kaspersky Total Security - Антивирус
2. Microsoft Windows Server STDCORE AllLngLicense/Software AssurancePack Academic OLV 16Licenses LevelE AdditionalProduct CoreLic 1Year - Серверная операционная система
3. OPERA - Система управления отелем
4. Fidelio - Подсистема интеграции с партнерами и GDS. инструмент для интеграции системы бронирования отеля с различными партнерскими сетями и системами глобальной дистрибуции (GDS).
5. Аппаратно-программный комплекс «ARGUS-KARYO» -
6. Программный комплекс "Полигон Про: Максимум" - программа для постановки объектов недвижимости на кадастровый учет, регистрации прав и обременений

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Total Security - Антивирус
2. Аппаратно-программный комплекс «ARGUS-KARYO» -
3. Программный комплекс "Полигон Про: Максимум" - программа для постановки объектов недвижимости на кадастровый учет, регистрации прав и обременений

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	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
-------	---	-----------------	---

1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Э-130	Оснащение: специализированная мебель в составе аудиторных кресел и столов - 182 шт., Монитор 17" LCD NEC-173V – 4 шт., Проектор Sanyo PLC – XM150L – 1 шт., Видеокамера управляемая Soni EVI-D70P – 1 шт., Экран с электроприводом DraperdRolleramic 508/200*300*401– 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., Стол руководителя пр ЮВШ 56.01.03.00-01 – 2 шт., микрофон настольный Beyerdynamic MTS 67/5 – 4 шт., микрофон врезной Beyerdynamic SHM 815A – 1 шт., Устройство регулирования температуры воздуха ALHi-H48 A5/S – 2 шт., Цветная проводная сенсорная панель 6,4"Crestron TPS-3100LB – 1 шт., коммутатор Kramer VP – 8x8A – 1 шт., выход в корпоративную сеть университета
		Э-130	Оснащение: специализированная мебель в составе аудиторных кресел и столов - 182 шт., Монитор 17" LCD NEC-173V – 4 шт., Проектор Sanyo PLC – XM150L – 1 шт., Видеокамера управляемая Soni EVI-D70P – 1 шт., Экран с электроприводом DraperdRolleramic 508/200*300*401– 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., Стол руководителя пр ЮВШ 56.01.03.00-01 – 2 шт., микрофон настольный Beyerdynamic MTS 67/5 – 4 шт., микрофон врезной Beyerdynamic SHM 815A – 1 шт., Устройство регулирования температуры воздуха ALHi-H48 A5/S – 2 шт., Цветная проводная сенсорная панель 6,4"Crestron TPS-3100LB – 1 шт., коммутатор Kramer VP – 8x8A – 1 шт., выход в корпоративную сеть университета
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		

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 «Исследование рыночной среды» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 11.08.2020 г. № 939).

Автор (ы)

_____ доц. КАиМ, кэн Байчерова Анжелика Рашидовна

Рецензенты

_____ доц. КАиМ, кэн Токарева Г.В.

Рабочая программа дисциплины «Исследование рыночной среды» рассмотрена на заседании Кафедры агроэкономики и маркетинга протокол № 1 от 24.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.01 Экономика

Заведующий кафедрой _____ Агаларова Екатерина Григорьевна

Рабочая программа дисциплины «Исследование рыночной среды» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Института экономики, финансов и управления в АПК протокол № 2 от 28.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.01 Экономика

Руководитель ОП _____