

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 19.07.2024 12:01:01
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2556b7400a1

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт менеджмента и бизнеса
Кафедра Менеджмента в отраслях ТЭК

УТВЕРЖДАЮ:
Председатель СПН

Пленкина В.В.
(подпись)

« 28 » __ 08 __ 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплина: Анализ конъюнктуры рынка
направление: 38.03.06 «Торговое дело»
профиль: «Коммерция и логистика в ТЭК»
квалификация: бакалавр
программа: академического бакалавриата
форма обучения: очная (4 года)/заочная (5 лет)
курс 2/3
семестр 4/5

Аудиторные занятия 54/18 часов, в т.ч.:
Лекции – 36/10 часов
Практические занятия – 18/8 часов
Лабораторные занятия – *не предусмотрено*
Самостоятельная работа – 126/162 часа, в т.ч.:
Курсовая работа (проект) – 4/5
Расчётно-графические работы – *не предусмотрено*
Контрольная работа - *не предусмотрено*
др. виды самостоятельной работы – *не предусмотрено*
Занятия в интерактивной форме – 11 часов
Вид промежуточной аттестации:
Экзамен – 4 семестр/ 5 семестр/ -
Общая трудоемкость – 180,0 часов 5,0 зач.ед.

Рабочая программа разработана в соответствии требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №1334 от 12 ноября 2015 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры менеджмента в отраслях ТЭК, протокол № 1 от «28» 08 2017 г.

Заведующий кафедрой МТЭК  В.В. Пленкина

Рабочую программу разработал:

Л.Л. Тоньшева, профессор, д.э.н., профессор 

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование у обучающихся базовых знаний, умений и навыков, связанных с исследованием закономерностей развития рынка, изучением количественных и качественных критериев анализа конъюнктуры рынка, выявлением и оценкой факторов, обуславливающих определенную рыночную ситуацию.

Задачи дисциплины включают:

- ознакомление с понятием рыночной конъюнктуры и факторами, ее определяющими;
- усвоение основных теоретических положений анализа рынка и его конъюнктуры;
- получение навыков формирования информационной базы анализа рыночной ситуации;
- изучение основных показателей, характеризующих конъюнктуру рынка, и порядка их расчета;
- получение опыта анализа общеэкономической ситуации, спроса и предложения на товарном рынке, их потенциала;
- освоение методов прогнозирования рыночной конъюнктуры и закрепление их на практике.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Анализ конъюнктуры рынка» относится к вариативной части дисциплин. Для полного усвоения данной дисциплины студенты должны владеть знаниями по курсам «Экономическая теория», «Статистика коммерческой деятельности», «Основы коммерческой деятельности», «Регулирование товарных рынков». Знания, полученные по дисциплине «Анализ конъюнктуры рынка», необходимы для усвоения следующих дисциплин: «Управление маркетинговой деятельностью предприятия», «Управление формированием спроса и стимулированием сбыта», «Торговля энергоресурсами на международном рынке», «Фрахтовые рынки», «Логистика на рынке нефти и нефтепродуктов», «Анализ и планирование деятельности предприятий отраслей ТЭК», «Стратегическое управление в коммерции и логистике», а также при написании выпускной квалификационной работы.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций у обучающихся (табл.1):

Таблица 1

Перечень компетенций, формируемых дисциплиной

Номер/ индекс	Содержание компетенции или ее части	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны
------------------	-------------------------------------	---

компетенций		знать	уметь	владеть
ПК-3	Готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	<ul style="list-style-type: none"> - типологию и структуру рынка; - условия и факторы формирования конъюнктуры товарного рынка, показатели и методы его анализа; - информационное обеспечение исследования рынка; - содержательную характеристику карты рынка; - сущность и виды прогнозирования конъюнктуры 	<ul style="list-style-type: none"> - определять форму рынка; - устанавливать взаимосвязь товарного предложения и потребительского спроса; - собирать и анализировать информацию, необходимую для прогнозирования покупательского спроса; - анализировать конъюнктуру товарного рынка; - обрабатывать информационную базу для прогнозирования рыночной конъюнктуры 	<ul style="list-style-type: none"> - приемами определения продуктовых границ товарных рынков; - методически подходами к оценке конкурентоспособности товаров и предприятий; - способностью исследовать и анализировать конъюнктуру товарного рынка; - навыками оценки и анализа региональных различий рынка - приемами и методами прогнозирования рыночной конъюнктуры
ПК-9	Готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	<ul style="list-style-type: none"> - взаимосвязь конъюнктуры рынка и выбора приоритетов стратегического развития организации 	<ul style="list-style-type: none"> - выявлять и прогнозировать тенденции развития рынка и его динамическую устойчивость для обоснования стратегического развития организации 	<ul style="list-style-type: none"> - приемами и методами анализа конъюнктуры рынка для выбора стратегии развития фирмы
ПК-10	Способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - сущность и классификацию методов научных, в том числе конъюнктурных исследований; принципы и этапы проведения конъюнктурных исследований в профессиональной 	<ul style="list-style-type: none"> - проводить научные, в том числе исследования конъюнктуры рынка; формализовать типовые модели исследования 	<ul style="list-style-type: none"> - способностью анализировать и оценивать информацию об экономической конъюнктуре; - приемами и методами научных конъюнктурных исследований

		деятельности		
--	--	--------------	--	--

4. Содержание дисциплины

4.1. Содержание разделов учебной дисциплины

Содержание основных тем дисциплины представлено в табл. 2.

Таблица 2

Содержание разделов учебной дисциплины

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	2	3
1	Экономическая конъюнктура, условия и факторы ее формирования	Понятие экономической конъюнктуры. Цели, задачи и система конъюнктурных исследований. Базовая система факторов формирования конъюнктуры. Внешние условия формирования и развития конъюнктуры
2	Экономические границы отрасли	Отрасли ТЭК. Торговля как вид деятельности. Определение границ отраслевого рынка. Функции отрасли в экономической системе
3	Отрасль и рынок. Структура рынка и разнообразие продукта	Типология рынков. Структура рынка и разнообразие продукта. Неценовая конкуренция в торговой отрасли
4	Рынок товаров и услуг в ТЭК	Понятие рынка товаров и услуг отраслей ТЭК и его характеристика. Взаимосвязь товарного предложения и потребительского спроса. Основные тенденции изменения спроса и предложения товаров и услуг
5	Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на рынке	Понятие и виды конкуренции. Сущность конкурентоспособности товаров и предприятий. Методические подходы к оценке конкурентоспособности товаров и предприятий
6	Информационное обеспечение исследования рынка	Информация как фактор управления рынком. Методология исследования рынка. Сущность анализа рынка
7	Основные положения анализа рынка и его конъюнктуры	Понятие, сущность и задачи анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг. Система показателей конъюнктуры рынка. Методы конъюнктурного анализа. Анализ потенциала рынка и методы измерения эластичности спроса и предложения
8	Анализ конкретного товарного рынка	Анализ общеэкономической ситуации. Анализ конкретного товарного рынка: создание карты рынка («мэппинг» рынка). Основные показатели при изучении рынка. Анализ позиционирования товаров и услуг на рынке. Анализ емкости рынка товаров и услуг. Анализ сегментации рынка товаров и услуг
9	Сущность и методы прогнозирования конъюнктуры рынка	Понятие и виды прогнозирования конъюнктуры рынка. Приемы и методы прогнозирования конъюнктуры рынка. Требования к информационной базе и качество прогноза
10	Прогнозирование потребительского спроса	Этапы прогнозирования потребительского спроса. Прогнозирование общей емкости регионального рынка товаров. Методы прогнозирования товарно-групповой структуры спроса

4.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Знания, полученные в ходе изучения дисциплины «Анализ конъюнктуры рынка» необходимы обучающимся для усвоения знаний по следующим дисциплинам (табл. 3).

Таблица 3

Взаимосвязь дисциплины «Анализ конъюнктуры рынка» с последующими дисциплинами

№ п/п	Наименование последующих дисциплин	№ тем данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Управление маркетинговой деятельностью предприятия	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+
2	Управление формированием спроса и стимулированием сбыта	+	+	+	+	+	+	-	-	+	-
3	Торговля энергоресурсами на международном рынке	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-
4	Фрахтовые рынки	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+
5	Логистика на рынке нефти и нефтепродуктов	-	-	+	+	+	+	-	-	+	+
6	Анализ и планирование деятельности предприятий отраслей ТЭК	-	-	+	+	+	+	+	+	+	-
7	Стратегическое управление в коммерции и логистике	+	+	+	+	+	+	+	+	-	

4.3. Разделы (модули) и темы дисциплин и виды занятий

Тематический план изучения дисциплины информирует о распределении объема часов видов учебной работы по разделам учебной дисциплины (табл. 4).

Таблица 4

Распределение объема часов по темам учебной дисциплины

№ п/п	Наименование тем дисциплины	Лекц., час.	Практ. зан., час.	СРС, час.	Всего, час.	Из них в интерактивной форме обучения, час.
1	Экономическая конъюнктура, условия и факторы ее формирования	4/1	2/1	12/16	18/18	1
2	Экономические границы отрасли	4/1	2/1	14/16	20/18	1
3	Отрасль и рынок. Структура рынка и разнообразие продукта	4/1	2/1	10/16	16/18	1

4	Рынок товаров и услуг в ТЭК	4/1	2/1	14/16	20/18	1
5	Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на рынке	4/1	2/0,5	16/17	22/18,5	2
6	Информационное обеспечение исследования рынка	2/1	1/0,5	10/17	13/18,5	1
7	Основные положения анализа рынка и его конъюнктуры	4/1	2/1	14/16	20/18	1
8	Анализ конкретного товарного рынка	4/1	2/1	16/16	22/18	1
9	Сущность и методы прогнозирования конъюнктуры рынка	3/1	1/0,5	10/16	14/17,5	1
10	Прогнозирование потребительского спроса	3/1	2/0,5	10/16	15/17,5	1
	Всего	36/10	18/8	126/162	180/180	11

4.4. Перечень тем лекционных занятий

Программа лекционного курса дисциплины представлена в табл. 5.

Таблица 5

Перечень тем лекционных занятий

№ темы	Наименование лекции	Трудоёмкость (час.)	Формируемые компетенции	Методы преподавания
1	Экономическая конъюнктура, условия и факторы ее формирования	4/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
2	Экономические границы отрасли	4/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
3	Отрасль и рынок. Структура рынка и разнообразие продукта	4/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
4	Рынок товаров и услуг отраслей ТЭК	4/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
5	Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий ТЭК на рынке	4/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме

6	Информационное обеспечение исследования рынка	2/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
7	Основные положения анализа рынка и его конъюнктуры	4/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
8	Анализ конкретного товарного рынка	4/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
9	Прогнозирование рыночной конъюнктуры	3/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
10	Прогнозирование спроса на продукты и услуги отраслей ТЭК	3/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
Итого:		36/10/-		

4.5. Перечень тем практических занятий

Перечень практических работ представлен в табл. 6.

Таблица 6

Перечень практических работ

№ п/п	№ темы	Темы практических работ	Трудоемкость (час.)	Формируемые компетенции	Методы преподавания
1	1	Определение основных тенденций на товарном рынке и оценка факторов, формирующих экономическую конъюнктуру на нем	2/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Дискуссия
2	2	Определение продуктовых и географических границ рынка	2/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Дискуссия Обсуждение эссе
3	3	Идентификация рынка по степени ограничения конкуренции. Определение возможностей дифференциации продукции на товарном рынке	2/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Дискуссия Расчетно-аналитическое задание
4	4	Оценка состояния регионального рынка товаров и услуг ТЭК	2/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Дискуссия Обсуждение эссе
5	5	Оценка конкурентоспособности предприятия на рынке. Построение радара конкурентоспособности	2/0,5	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Дискуссия, Кейс-задание
6	6	Составление алгоритма анализа рынка	1/0,5	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Дискуссия Расчетно-

					аналитическое задание
7	7	Определение емкости товарного рынка и реального спроса на нем	2/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Дискуссия, Кейс-задание
8	7	Анализ предложения на товарном рынке и его потенциала	2/1	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Дискуссия Расчетно-аналитическое задание
9	8	Создание карты рынка («мэппинг» рынка)	1/0,5	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Дискуссия Обсуждение эссе
10	9	Прогнозирование покупательского спроса на товары и услуги	2/0,5	ПК-3, ПК-9, ПК-10	Дискуссия
Итого:			18/8		

4.6. Перечень тем самостоятельной работы

Содержание самостоятельной работы представлено в табл. 7.

Таблица 7

Содержание самостоятельной работы

№ п/п	№ темы	Наименование работы	Трудоемкость (час.)	Виды контроля	Формируемые компетенции
1	1-10	Изучение материала по тематике дисциплины	20,0	Аргументированное обоснование, экспресс-опрос	ПК-3, ПК-9, ПК-10
2	5,7	Работа с кейсами	20,0	Сообщение	ПК-3, ПК-9, ПК-10
3	2, 4, 6	Написание эссе	20,0	Защита	ПК-3, ПК-9, ПК-10
4	3,6,8	Расчетно-аналитическая работа	18,0	Решение	ПК-3, ПК-9, ПК-10
5	1-10	Написание курсовой работы	25,0	Защита	ПК-3, ПК-9, ПК-10
6	1-10	Подготовка к промежуточному и итоговому тестированию	10,4	Тестирование	ПК-3, ПК-9, ПК-10
7	1-10	Индивидуальные консультации студентов в течение семестра	5,0	-	ПК-3, ПК-9, ПК-10
8	1-10	Консультации в группе перед экзаменом	7,6	-	ПК-3, ПК-9, ПК-10
Итого:			126,0		

4.7. Перечень тем контрольных работ для заочников

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

5. Тематика курсовых проектов (работ)

Курсовая работа по дисциплине «Анализ конъюнктуры рынка» является одним из основных видов и формой контроля учебной деятельности студентов направления 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Коммерция и логистика в ТЭК» (уровень бакалавриата).

Предлагаемая тематика типовых курсовых работ охватывает широкий круг вопросов, ее материалы могут быть использованы при написании выпускных квалификационных работ. Поэтому структура каждой курсовой работы может уточняться студентом, исходя из интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации.

Тема 1. Анализ конъюнктуры товарного рынка (пример)

Введение

1 Теоретические основы анализа конъюнктуры товарного рынка

1.1 Понятие и существенные характеристики рыночной конъюнктуры

1.2 Подходы к исследованию конъюнктуры товарного рынка

2 Методические положения анализа конъюнктуры товарного рынка

2.1 Система показателей, используемых для анализа конъюнктуры товарного рынка

2.2 Методы исследования конъюнктуры товарного рынка

3 Практические аспекты анализа конъюнктуры товарного рынка

Заключение

Список использованных источников

Приложения

Тема 2. Анализ товарного рынка

Тема 3. Анализ потенциала товарного рынка

Тема 4. Анализ позиционирования товаров на рынке

Тема 5. Анализ емкости рынка товаров

Тема 6. Анализ сегментации рынка товаров

Тема 7. Анализ конкурентоспособности товаров на рынке

Тема 8. Анализ рынка нефтепродуктов

Тема 9. Прогнозирование рыночной конъюнктуры

Тема 10. Прогнозирование потребительского спроса

6. Оценка результатов освоения учебной дисциплины

Оценка работы обучающегося в течение семестра по дисциплине осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой контроля за усвоением различных разделов изучаемого курса. Оценка результатов освоения учебной дисциплины обучающимися очной формы обу-

чения осуществляется по 100-бальной шкале в соответствии с рейтинговой системой оценивания знаний обучающихся (табл. 8,9).

**Рейтинговая система оценки
по курсу Анализ конъюнктуры рынка
для обучающихся 2 курса очной формы обучения
по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Коммерция и логистика в ТЭК»**

Таблица 8

	Текущий контроль			Промежуточная аттестация обучающихся (экзаменационная сессия)
	1-ая текущая аттестация 0-30 баллов	2-ая текущая аттестация 0 - 30	3-я текущая аттестация 0 - 40	
Очная форма обучения				не проводится (для обучающихся, набравших более 61 балла по результатам текущего контроля)
	100 баллов			проводится 0 – 100 баллов (для обучающихся, набравших менее 61 балла по результатам текущего контроля, при этом баллы набранные в течение учебного семестра аннулируются)
Заочная форма обучения	-			проводится 0 – 100 баллов

Таблица 9

Виды оценочных работ

№	Виды контрольных мероприятий	Баллы	№ недели
1	Экспресс-опрос (собеседование)	0-5	5
2	Расчетно-аналитические задания	0-5	1-6
3	Кейс-задачи	0-5	5
4	Подготовка эссе	0-5	2
5	Тестирование промежуточное	0-10	6
ИТОГО		0-30	
6	Экспресс-опрос (собеседование)	0-5	11
7	Расчетно-аналитические задания	0-5	7-12
8	Кейс-задачи	0-5	11
9	Подготовка эссе	0-5	6-7
10	Тестирование промежуточное	0-10	12
ИТОГО		0-30	
11	Экспресс-опрос (собеседование)	0-10	17
12	Расчетно-аналитические задания	0-10	13-18
13	Подготовка эссе	0-10	8

14	Тестирование итоговое	0-10	18
ИТОГО		0-40	
ВСЕГО		0-100	

Таблица 10

Рейтинговая система оценки для обучающихся заочной формы обучения

№	Виды контрольных мероприятий	Баллы
1	Экспресс - опрос	0-20
2	Расчетно-аналитические задания	0-20
3	Кейс - задачи	0-10
4	Подготовка эссе	0-20
5	Тестирование	0-10
ИТОГО		0-100

Оценка результатов курсового проектирования
 Рейтинговая система оценки
 по курсовой работе по курсу «Анализ конъюнктуры рынка»
 направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело», профиль
 «Коммерция и логистика ТЭК»

Максимальное количество баллов

Рейтинговая оценка выполнения курсовой работы

Предъявляемые требования к курсовой работе	Баллы
Полнота информационного обеспечения и аргументированность выбора методической базы исследования	20
Степень владения искусством презентации	20
Обоснованность предлагаемых мер и прогнозных оценок	20
Соблюдение требований к оформлению	20
Защита	20
Итого:	100

7. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

Интернет – ресурсы:

1. ЭБС «Издательства Лань» Гражданско-правовой договор №885-18 от 07.08.2018 на оказание услуг по предоставлению доступа к ЭБС между ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет» и ООО «Издательство Лань» (до 31.08.2019г.)

Адрес сайта – <http://e.lanbook.com>

Количество пользователей неограниченно, онлайн-доступ с любой точки, где есть Интернет.

2. Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ

Договор №2423 от 04.04.2016г. на оказание услуг между ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет» и ООО «Издательство Лань» (до 31.12.2018г.).

Адрес сайта – <http://e.lanbook.com>

Количество пользователей неограниченно, онлайн-доступ с любой

точки, где есть Интернет.

3.ЭБС «IPRbooks»

Гражданско-правовой договор №883-18 от 08.08.2018г. на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе между ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет» и ООО «Ай Пи Эр Медиа» (до 31.08.2019г.)

Адрес сайта – <http://www.iprbookshop.ru/>

Количество пользователей неограниченно, онлайн-доступ с любой точки, где есть Интернет.

4.Система поддержки дистанционного обучения [Электронный ресурс]. URL:<http://educon.tsogu.ru:8081/login/index.php>

<http://www.ktr.itkor.ru/> Журнал «Конъюнктура товарных рынков» (Маркетинг&Логистика)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

II. ПК, мультимедийное оборудование

Учебная аудитория, оснащенная для проведения мультимедийных лекций (ПК (с возможностью воспроизводить CD/DVD - диски), проектор, I-net, флипчарт или интерактивная доска).

Перечень оборудования, необходимого для освоения образовательной программы		
Наименование	Кол-во	Значение
Проекционное оборудование для лекционной аудитории	1	Проведение лекционных занятий
ПК	1	Проведение практических/лабораторных занятий

III. Лицензионное программное обеспечение

Windows 8

Microsoft Office Professional Plus

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ УЧЕБНОЙ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРОЙ

Учебная дисциплина «Анализ конъюнктуры рынка»
 Кафедра менеджмента в отраслях топливно-энергетического комплекса
 Направление: 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Коммерция и логистика в ТЭК»

Форма обучения
 Очная: 2 курс; 4 семестр
 Заочная: 3 курс; 5 семестр

Фактическая обеспеченность дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Учебная, учебно-методическая литература по рабочей программе	Название учебной и учебно-методической литературы, автор, издательство	Год издания	Вид издания	Вид занятия	Кол-во экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Место хранения	Наличие эл. варианта в электронно-библиотечной системе ТюмГНГУ
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Основная									
1	Толпегина, Ольга Акимовна. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст]: учебник для бакалавров : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / О. А. Толпегина, Н. А. Толпегина. - Москва :Юрайт, 2013. - 672 с.	2013	У	Л,ПР	11	11	100	БИК	-
2	Петров, Александр Михайлович. Учет и анализ [Текст] : учебник / А. М. Петров, Е. В. Басалаева, Л. А. Мельникова. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2012. - 511 с. :	2012	У	Л,ПР	10	11	100	БИК	-
3	Беляевский, Игорь Константинович. Маркетинговое исследование : информация, анализ, прогноз [Текст] : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС. - [Б.	2013	У	Л,ПР	10	11	100	БИК	-

	м.] : ИНФРА-М, 2013. - 394 с.								
Дополнительная									
4	Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка [Текст] / Л. Е. Басовский. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 259 с.	2011	УП	Л, ПР	20	30	67	БИК	-
5	Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования [Текст] / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая ; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский университет. - Москва :Юрайт, 2012. - 540 с.	2012	УП	Л, ПР	5	30	16	БИК	-
6	Киселева, Е.Н. Рынок продовольственных товаров [Текст] / Е. Н. Киселева, О. В. Власова, Е. Б. Коннова. - Москва : Вузовский учебник, 2013. - 145 с.	2013	УП	Л, ПР	5	30	16	БИК	-

Заведующий кафедрой менеджмента в отраслях ГЭЖ

В.В. Плешина

В.В. Плешина

Директор БНК

Каюкова Д.Х.

№ *22* _____ 2017 г.

Самвеловича Е.В. № 22 Д.Х. Каюкова



Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Анализ конъюнктуры рынка

Код, направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль): Коммерция и логистика в ТЭК

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ПК-3	Готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Знать: типологию и структуру рынка; условия и факторы формирования конъюнктуры товарного рынка, показатели и методы его анализа; информационное обеспечение исследования рынка; содержательную характеристику карты рынка; сущность и виды прогнозирования конъюнктуры	Не демонстрирует знание типологии и структуры рынка; условия и факторы формирования конъюнктуры товарного рынка, показатели и методы его анализа; информационное обеспечение исследования рынка; содержательную характеристику карты рынка; сущность и виды прогнозирования конъюнктуры	Демонстрирует неполные знания типологии и структуры рынка; условия и факторы формирования конъюнктуры товарного рынка, показатели и методы его анализа; информационное обеспечение исследования рынка; содержательную характеристику карты рынка; сущность и виды прогнозирования конъюнктуры	Демонстрирует достаточные знания типологии и структуры рынка; условия и факторы формирования конъюнктуры товарного рынка, показатели и методы его анализа; информационное обеспечение исследования рынка; содержательную характеристику карты рынка; сущность и виды прогнозирования конъюнктуры	Демонстрирует исчерпывающие знания типологии и структуры рынка; условия и факторы формирования конъюнктуры товарного рынка, показатели и методы его анализа; информационное обеспечение исследования рынка; содержательную характеристику карты рынка; сущность и виды прогнозирования конъюнктуры

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		Уметь: определять форму рынка; устанавливать взаимосвязь товарного предложения и потребительского спроса; собирать и анализировать информацию, необходимую для прогнозирования покупательского спроса; анализировать конъюнктуру товарного рынка; обрабатывать информационную базу для прогнозирования рыночной конъюнктуры	Не умеет определять форму рынка; устанавливать взаимосвязь товарного предложения и потребительского спроса; собирать и анализировать информацию, необходимую для прогнозирования покупательского спроса; анализировать конъюнктуру товарного рынка; обрабатывать информационную базу для прогнозирования рыночной конъюнктуры	Умеет определять форму рынка; устанавливать взаимосвязь товарного предложения и потребительского спроса; собирать и анализировать информацию, необходимую для прогнозирования покупательского спроса; анализировать конъюнктуру товарного рынка; обрабатывать информационную базу для прогнозирования рыночной конъюнктуры, допуская ряд ошибок	Умеет определять форму рынка; устанавливать взаимосвязь товарного предложения и потребительского спроса; собирать и анализировать информацию, необходимую для прогнозирования покупательского спроса; анализировать конъюнктуру товарного рынка; обрабатывать информационную базу для прогнозирования рыночной конъюнктуры, допуская незначительные неточности	В совершенстве умеет определять форму рынка; устанавливать взаимосвязь товарного предложения и потребительского спроса; собирать и анализировать информацию, необходимую для прогнозирования покупательского спроса; анализировать конъюнктуру товарного рынка; обрабатывать информационную базу для прогнозирования рыночной конъюнктуры

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		Владеть: приемами определения продуктовых границ товарных рынков; методическими подходами к оценке конкурентоспособности товаров и предприятий; способностью исследовать и анализировать конъюнктуру товарного рынка; навыками оценки и анализа региональных различий рынка; приемами и методами прогнозирования рыночной конъюнктуры	Не владеет приемами определения продуктовых границ товарных рынков; методическими подходами к оценке конкурентоспособности товаров и предприятий; способностью исследовать и анализировать конъюнктуру товарного рынка; навыками оценки и анализа региональных различий рынка; приемами и методами прогнозирования рыночной конъюнктуры	Владеет приемами определения продуктовых границ товарных рынков; методическими подходами к оценке конкурентоспособности товаров и предприятий; способностью исследовать и анализировать конъюнктуру товарного рынка; навыками оценки и анализа региональных различий рынка; приемами и методами прогнозирования рыночной конъюнктуры, допуская ряд ошибок	Владеет приемами определения продуктовых границ товарных рынков; методическими подходами к оценке конкурентоспособности товаров и предприятий; способностью исследовать и анализировать конъюнктуру товарного рынка; навыками оценки и анализа региональных различий рынка; приемами и методами прогнозирования рыночной конъюнктуры, допуская незначительные неточности	В совершенстве владеет приемами определения продуктовых границ товарных рынков; методическими подходами к оценке конкурентоспособности товаров и предприятий; способностью исследовать и анализировать конъюнктуру товарного рынка; навыками оценки и анализа региональных различий рынка; приемами и методами прогнозирования рыночной конъюнктуры
ПК-9	Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знать: взаимосвязь конъюнктуры рынка и выбора приоритетов стратегического развития организации	Не демонстрирует знание взаимосвязи конъюнктуры рынка и выбора приоритетов стратегического развития организации	Демонстрирует неполные знания взаимосвязи конъюнктуры рынка и выбора приоритетов стратегического развития организации	Демонстрирует достаточные знания взаимосвязи конъюнктуры рынка и выбора приоритетов стратегического развития организации	Демонстрирует исчерпывающие знания взаимосвязи конъюнктуры рынка и выбора приоритетов стратегического развития организации
		Уметь: выявлять и прогнозировать тенденции развития рынка и его динамическую устойчивость для обоснования стратегического развития организации	Не умеет выявлять и прогнозировать тенденции развития рынка и его динамическую устойчивость для обоснования стратегического развития организации	Умеет выявлять и прогнозировать тенденции развития рынка и его динамическую устойчивость для обоснования стратегического развития организации, допуская ряд ошибок	Умеет выявлять и прогнозировать тенденции развития рынка и его динамическую устойчивость для обоснования стратегического развития организации, допуская незначительные неточности	В совершенстве умеет выявлять и прогнозировать тенденции развития рынка и его динамическую устойчивость для обоснования стратегического развития организации

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		Владеть: приемами и методами анализа конъюнктуры рынка для выбора стратегии развития фирмы	Не владеет приемами и методами анализа конъюнктуры рынка для выбора стратегии развития фирмы	Владеет приемами и методами анализа конъюнктуры рынка для выбора стратегии развития фирмы, допуская ряд ошибок	Владеет приемами и методами анализа конъюнктуры рынка для выбора стратегии развития фирмы, допуская незначительные неточности	В совершенстве владеет приемами и методами анализа конъюнктуры рынка для выбора стратегии развития фирмы
ПК-10	Способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	Знать: сущность и классификацию методов научных, в том числе конъюнктурных исследований; принципы и этапы проведения конъюнктурных исследований в профессиональной деятельности	Не демонстрирует знание сущности и классификации методов научных, в том числе конъюнктурных исследований; принципы и этапы проведения конъюнктурных исследований в профессиональной деятельности	Демонстрирует неполные знания сущности и классификации методов научных, в том числе конъюнктурных исследований; принципы и этапы проведения конъюнктурных исследований в профессиональной деятельности	Демонстрирует достаточные знания сущности и классификации методов научных, в том числе конъюнктурных исследований; принципы и этапы проведения конъюнктурных исследований в профессиональной деятельности	Демонстрирует исчерпывающие знания сущности и классификации методов научных, в том числе конъюнктурных исследований; принципы и этапы проведения конъюнктурных исследований в профессиональной деятельности
		Уметь: проводить научные, в том числе исследования конъюнктуры рынка; formalизовать типовые модели исследования	Не умеет проводить научные, в том числе исследования конъюнктуры рынка; formalизовать типовые модели исследования	Умеет проводить научные, в том числе исследования конъюнктуры рынка; formalизовать типовые модели исследования, допуская ряд ошибок	Умеет проводить научные, в том числе исследования конъюнктуры рынка; formalизовать типовые модели исследования, допуская незначительные неточности	В совершенстве умеет проводить научные, в том числе исследования конъюнктуры рынка; formalизовать типовые модели исследования
		Владеть: способностью анализировать и оценивать информацию об экономической конъюнктуре; приемами и методами научных конъюнктурных исследований	Не владеет способностью анализировать и оценивать информацию об экономической конъюнктуре; приемами и методами научных конъюнктурных исследований	Владеет способностью анализировать и оценивать информацию об экономической конъюнктуре; приемами и методами научных конъюнктурных исследований, допуская ряд ошибок	Владеет способностью анализировать и оценивать информацию об экономической конъюнктуре; приемами и методами научных конъюнктурных исследований, допуская незначительные неточности	В совершенстве владеет способностью анализировать и оценивать информацию об экономической конъюнктуре; приемами и методами научных конъюнктурных исследований

Дополнения и изменения
к рабочей учебной программе по дисциплине
___ Анализ конъюнктуры рынка _____
на 2018 / 2019 учебный год

В рабочую учебную программу вносятся следующие дополнения (изменения):

на титульном листе и по тексту рабочей программы **ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА И БИЗНЕСА**

считать **ИНСТИТУТ СЕРВИСА И ОТРАСЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ**

Дополнения и изменения внес
Зав. кафедрой менеджмента отраслях ТЭК,
профессор, докт. экон. наук



В.В. Пленкина

Дополнения (изменения) в рабочую учебную программу рассмотрены и одобрены на заседании кафедры менеджмента отраслях ТЭК. Протокол от «_29_» __08__ 2018г. № __1__

Заведующий кафедрой менеджмента отраслях ТЭК,
профессор, докт. экон. наук



В.В. Пленкина

**Дополнения и изменения
к рабочей программе дисциплины
Анализ конъюнктуры рынка
по направлению 38.03.06 Торговое дело
направленность (профиль) Коммерция и логистика в ТЭК
на 2020-2021 учебный год**

В рабочую программу дисциплины вносятся следующие дополнения (изменения):

В случае необходимости использования дистанционных образовательных технологий для проведения онлайн-занятий в материально-техническое обеспечение дисциплины добавляется бесплатное свободно-распространяемое программное обеспечение Zoom/Skype.

Дополнения и изменения внес:

доцент кафедры менеджмента в отраслях ТЭК

Л.Л. Тоньшева, профессор, д.э.н., профессор 

Дополнения (изменения) в рабочую программу рассмотрены и одобрены на заседании кафедры менеджмента в отраслях ТЭК .

Протокол от «_02_» 09 2020 г. №_1_

Заведующий выпускающей кафедрой
менеджмента в отраслях ТЭК



Пленкина В.В.

«02»__09_____ 2020 г.