

Министерство образования и науки Астраханской области
Государственное бюджетное образовательное учреждение
Астраханской области высшего образования
«Астраханский государственный архитектурно-строительный
университет»
(ГБОУ АО ВО «АГАСУ»)



УТВЕРЖДАЮ

И.о. ректора

С.П. Стрелков/

(подпись)

И. О. Ф.

2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации

(указывается наименование в соответствии с учебным планом)

По направлению подготовки 38.04.01 «Экономика»

(указывается наименование направления подготовки в соответствии с ФГОС ВО)

Направленность (профиль)

«Экономика инвестиционно-строительной сферы»

(указывается наименование профиля в соответствии с ОПОП)

Кафедра «Экономика строительства»

Квалификация выпускника магистр

Астрахань - 2025

Разработчики:

доцент, к.э.н.

(занимаемая должность,
учёная степень и учёное звание)

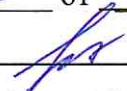

(подпись)

/ И. А. Митченко /

И. О. Ф.

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Экономика
строительства» протокол № 9 от 15.04.2025 г.

Заведующий кафедрой


(подпись)

/ И. А. Митченко /

И. О. Ф.

Согласовано:

Председатель МКН «Экономика», направленность (профиль)

«Экономика инвестиционно-строительной сферы»


(подпись)

/И.И.Потапова/

И. О. Ф

Начальник УМУ  / О.Н. Беспалова /

(подпись)

И. О. Ф

Начальник ООСиМ ВО  / Е.С. Коваленко /

(подпись)

И. О. Ф

Начальник УИТ  / П.Н. Гедза /

(подпись)

И. О. Ф

Заведующая научной библиотекой  / Л.С. Гаврилова /

(подпись)

И. О. Ф

Содержание:

	Стр.
1. Цель освоения дисциплины	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
3. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры	4
4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по типам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и типов учебных занятий	6
5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по типам учебных занятий и работы обучающихся (в академических часах)	6
5.1.1. Очная форма обучения	6
5.1.2. Заочная форма обучения	7
5.1.3. Очно-заочная форма обучения	7
5.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам	8
5.2.1. Содержание лекционных занятий	8
5.2.2. Содержание лабораторных занятий	8
5.2.3. Содержание практических занятий	8
5.2.4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
5.2.5. Темы контрольных работ	11
5.2.6. Темы курсовых проектов/курсовых работ	11
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	11
7. Образовательные технологии	12
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	13
8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
8.2. Перечень необходимого лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине	14
8.3. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, доступных обучающимся при освоении дисциплины	14
9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	14
10. Особенности организации обучения по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	14

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации» является углубление уровня освоения компетенций обучающихся в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика».

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

ПК-3 Способен контролировать и анализировать проектные решения и показатели эффективности деятельности организации и ее подразделений

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

знать:

ПК-3.1. Знать: нормативные правовые акты, регулирующие финансово-хозяйственную деятельность организации

уметь:

ПК-3.2. Уметь: Разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности организации

владеть:

ПК-3.3. Владеть: Методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений, Методы определения экономической эффективности внедрения новой техники и технологии, организации труда, инновационных предложений

3. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации» реализуется в рамках Блока 1 «Дисциплины (модули)» части, формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины (по выбору)).

Дисциплина базируется на основах дисциплин «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Финансы», «Менеджмент», «Маркетинг» и др. изученных ранее.

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

Форма обучения	Очная	Заочная
Трудоемкость в зачетных единицах:	1 семестр – 4 з.е. всего - 4 з.е.	1 семестр – 4 з.е. всего - 4 з.е.
Лекции (Л)	1 семестр – 14 часов всего – 14 часов	1 семестр – 8 часов всего – 8 часов
Лабораторные занятия (ЛЗ)	<i>учебным планом не предусмотрены</i>	<i>учебным планом не предусмотрены</i>
Практические занятия (ПЗ)	1 семестр – 28 часов	1 семестр – 12 часов

	всего - 28 часов	всего – 12 часов
Самостоятельная работа (СР)	1 семестр – 102 часов всего - 102 часов	1 семестр – 124 часов всего - 124 часов
Форма текущего контроля:		
Контрольная работа	семестр - 1	семестр - 1
Форма промежуточной аттестации:		
Экзамены	семестр - 1	семестр - 1
Зачет	<i>учебным планом не предусмотрено</i>	<i>учебным планом не предусмотрено</i>
Зачет с оценкой	<i>учебным планом не предусмотрен</i>	<i>учебным планом не предусмотрен</i>
Курсовая работа	<i>учебным планом не предусмотрено</i>	<i>учебным планом не предусмотрено</i>
Курсовой проект	<i>учебным планом не предусмотрен</i>	<i>учебным планом не предусмотрен</i>

5. Содержание дисциплины, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и типов учебных занятий

5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по типам учебных занятий и работы обучающихся (в академических часах)

5.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины (по семестрам)	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по типам учебных занятий и работы обучающихся				Форма текущего контроля и промежуточн ой аттестации
				контактная			СР	
				Л	ЛЗ	ПЗ		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Раздел 1. Экономические основы исследования рынка	72	1	6	-	14	52	Контр. работа, экзамен
2.	Раздел 2. Конкурентоспособность организации	72	1	8	-	14	50	
Итого:		144		14	-	28	102	

5.1.2. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины (по семестрам)	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по типам учебной работы				Форма текущего контроля и промежуточн ой аттестации
				контактная			СР	
				Л	ЛЗ	ПЗ		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Раздел 1. Экономические основы исследования рынка	72	1	4	-	6	62	Контр. работа, экзамен
2.	Раздел 2. Конкурентоспособность организации	72	1	4	-	6	62	
Итого:		144		8	-	12	124	

5.1.3. Очно-заочная форма обучения

ОПОП не предусмотрено

5.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам

5.2.1. Содержание лекционных занятий

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Раздел 1. Экономические основы исследования рынка	Методология исследования рынка. Цели и задачи исследований рыночных показателей. Основные типы исследований рынка и рыночных показателей. Сущность эмпирических методов исследований рыночных показателей и их динамики. Методология исследования рынка: понятие, функции, принципы построения. Виды и типы объектов исследования при анализе рыночной ситуации. Подходы к исследованию рынка, их виды и характеристика. Принципы и методы сбора информации для исследования рынка. Виды рыночной информации и их характеристика. Источники рыночной информации и принципы их использования при исследовании рынка. <i>Нормативные правовые акты, регулирующие финансово-хозяйственную деятельность организации.</i> Методы сбора и обработки информации о состоянии рынка. Принципы и методы формирования рыночной информационной системы. Принципы и требования к представлению результатов исследования рынка. Методы исследования рыночного спроса и рыночного предложения. Количественные методы исследования индивидуального спроса на рынке товаров и услуг: виды и характеристика. Качественные методы исследования индивидуального спроса на рынке товаров и услуг: виды и характеристика. Методы исследования рыночного спроса на рынке товаров и услуг. Методы исследования спроса на рынках B2B: виды, особенности выбора и применения. Исследование предложения производителя на рынке: методы и их характеристика. Методы исследования рыночного предложения: виды и специфика выбора. Методы исследования конкуренции на рынке. Количественные методы исследования конкуренции на рынке товаров и услуг. Качественные методы исследования конкуренции на рынке товаров и услуг. Исследование емкости и насыщенности рынка: методы и инструменты. Исследование концентрации продавцов на рынке: методы, инструменты, методики. Исследование дифференциации продукции на рынке: методы, инструменты, их преимущества и ограничения. Методы исследования рыночной цены. Ценовая дискриминация: понятие, типы, методы выявления и исследования. Методы исследования влияния изменения цены на принятие решения о покупке на рынке B2C. Методы исследования влияния изменения цены на принятие решения о покупке на рынке B2B. Методы исследования стратегического ценообразования на рынке товаров и услуг. Методы исследования тактического ценообразования на рынке товаров и услуг.
2.	Раздел 2. Конкурентоспособность	Понятие и виды конкурентов. Сущность понятий «конкуренция» и «конкуренты». Экономическая роль

	организации	конкуренции. Конкурентная среда организации. Понятие и виды конкурентов. Исследование конкурентной среды. Цели и направления исследования конкуренции. Методы, применяемые для исследования конкуренции. Источники информации о конкурентах. Сбор и анализ информации. Оценка конкурентоспособности организации <i>на основе нормативных правовых актов, регулирующих финансово-хозяйственную деятельность организации</i>. Классификация методик оценки конкурентоспособности предприятия: качественные, количественные, смешанные. Преимущества и недостатки как групп методик в целом, так и отдельных методик в частности. Конкурентные преимущества. Основные виды конкурентных преимуществ. Стратегии создания конкурентных преимуществ. Факторы, оказывающие влияние на конкурентные преимущества: внешние, внутренние. Этапы жизненного цикла конкурентного преимущества.
--	-------------	--

5.2.2. Содержание лабораторных занятий (учебным планом не предусмотрены)

5.2.3. Содержание практических занятий

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	2	3
1.	Раздел 1. Экономические основы исследования рынка	Входное тестирование. Методология исследования рынка. Цели и задачи исследований рыночных показателей. Основные типы исследований рынка и рыночных показателей. Сущность эмпирических методов исследований рыночных показателей и их динамики. Методология исследования рынка: понятие, функции, принципы построения. Виды и типы объектов исследования при анализе рыночной ситуации. Подходы к исследованию рынка, их виды и характеристика. Принципы и методы сбора информации для исследования рынка. Виды рыночной информации и их характеристика. Источники рыночной информации и принципы их использования при исследовании рынка. <i>Учет показателей деятельности организации и ее подразделений</i>. Методы сбора и обработки информации о состоянии рынка. Принципы и методы формирования рыночной информационной системы. Принципы и требования к представлению результатов исследования рынка. Методы исследования рыночного спроса и рыночного предложения. Количественные методы исследования индивидуального спроса на рынке товаров и услуг: виды и характеристика. Качественные методы исследования индивидуального спроса на рынке товаров и услуг: виды и характеристика. Методы исследования рыночного спроса на рынке товаров и услуг. Методы исследования спроса на рынках B2B: виды, особенности выбора и применения. Исследование предложения производителя на рынке: методы и их характеристика. Методы исследования рыночного предложения: виды и специфика выбора.

		Методы исследования конкуренции на рынке. Количественные методы исследования конкуренции на рынке товаров и услуг. Качественные методы исследования конкуренции на рынке товаров и услуг. Исследование емкости и насыщенности рынка: методы и инструменты. Исследование концентрации продавцов на рынке: методы, инструменты, методики. Исследование дифференциации продукции на рынке: методы, инструменты, их преимущества и ограничения. Методы исследования рыночной цены. Ценовая дискриминация: понятие, типы, методы выявления и исследования. Методы исследования влияния изменения цены на принятие решения о покупке на рынке B2C. Методы исследования влияния изменения цены на принятие решения о покупке на рынке B2B. Методы исследования стратегического ценообразования на рынке товаров и услуг. Методы исследования тактического ценообразования на рынке товаров и услуг. Разработка <i>вариантов управленческих решений</i> по результатам проведенных исследований, <i>и их обоснование на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности организации</i>
2.	Раздел 2. Конкурентоспособность организации	Понятие и виды конкурентов. Сущность понятий «конкуренция» и «конкуренты». Экономическая роль конкуренции. Конкурентная среда организации. Понятие и виды конкурентов. Исследование конкурентной среды. Цели и направления исследования конкуренции. Методы, применяемые для исследования конкуренции. Источники информации о конкурентах. Сбор и анализ информации. Оценка конкурентоспособности организации на основе <i>учета показателей экономической деятельности организации и ее подразделений</i>. Классификация методик оценки конкурентоспособности предприятия: качественные, количественные, смешанные. Преимущества и недостатки как групп методик в целом, так и отдельных методик в частности. Конкурентные преимущества. Основные виды конкурентных преимуществ. Стратегии создания конкурентных преимуществ. Факторы, оказывающие влияние на конкурентные преимущества: внешние, внутренние. Этапы жизненного цикла конкурентного преимущества. Итоговое тестирование.

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

Очная форма обучения

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4
1.	Раздел 1. Экономические основы	Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к контрольной работе. Подготовка к экзамену.	[1] - [10]

	исследования рынка	Подготовка к итоговому тестированию.	
2.	Раздел 2. Конкурентоспособность организации	Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к контрольной работе. Подготовка к экзамену. Подготовка к итоговому тестированию.	[1] - [10]

Заочная форма обучения

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4
1.	Раздел 1. Экономические основы исследования рынка	Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к контрольной работе. Подготовка к экзамену. Подготовка к итоговому тестированию.	[1] - [10]
2.	Раздел 2. Конкурентоспособность организации	Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к контрольной работе. Подготовка к экзамену. Подготовка к итоговому тестированию.	[1] - [10]

5.2.5. Темы контрольных работ

1. Методы сбора информации о рынке. Асимметрия информации.
2. Исследование рыночной цены: методы и инструменты.
3. Исследование поведения покупателей на B2C рынках: подходы и методы.
4. Исследование поведения потребителей на B2B рынках: методы и инструменты.
5. Прогнозирование развития рынка: принципы и инструменты.
6. Анализ поведения фирм на рынке: модели, методы, инструменты.
7. Исследование рыночной стратегии фирмы: модели, методы, инструменты.
8. Принципы и методы сегментирования рынка. Оценка эффективности сегментирования.
9. Методы исследования динамики рынка.
10. Исследование конкуренции на рынке: принципы и методы.
11. Исследование конкурентного положения фирмы на рынке: принципы и инструменты.
12. Количественные методы исследования стратегических и нестратегических барьеров.
13. Качественные методы исследования стратегических и нестратегических барьеров.
14. Методы исследования квазиконкурентных рынков.
15. Показатели отраслевой концентрации: маркетинговые исследования числа фирм на рынке и расчета индекса концентрации.
16. Индекс Херфиндаля – Хиршмана и дисперсия рыночных долей как методы исследования рынка.
17. Индексы Ротшильда, Хана – Кея и Линда как методы исследования состояния рынка.
18. Показатели и методы исследования рыночной власти фирмы.
19. Количественные методы исследования спроса на рынке.
20. Качественные методы исследования спроса на рынке.
21. Методы исследования индивидуального предложения на рынке.
22. Исследование рыночного предложения: принципы и методы.
23. Исследование дифференциации продукта на рынке: методы и инструменты.
24. Принципы и методика применения модели пространственной дифференциации Хотеллинга в исследованиях рынка.

25. Принципы и методика применения модели Саттона для исследования вертикальной дифференциации.
26. Конкурентоспособность отраслей и организаций. Методы оценки.
27. Источники информации о конкурентах.
28. Методы сбора информации о конкурентах.
29. Особенности метода конкурентной разведки.
30. Методы обработки и оценки результатов конкурентного анализа.

5.2.6. Темы курсовых проектов / курсовых работ:

Учебным планом не предусмотрены.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Организация деятельности студента

Лекция

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Необходимо задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Целесообразно дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой.

Практическое занятие

Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. Решение заданий, решение задач по алгоритму и др.

Самостоятельная работа

Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в помещениях для самостоятельной работы, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя.

Самостоятельная работа в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными правовыми актами;
- участие в тестировании и др.;

Самостоятельная работа во внеаудиторное время может состоять из:

- повторение лекционного материала;
- подготовки к практическим занятиям;
- изучения учебной и научной литературы;
- выполнение контрольной работы, предусмотренной учебным планом;
- подготовка к итоговому тестированию;
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях.
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов по отдельным вопросам изучаемой темы.

Контрольная работа

Теоретическая и практическая части контрольной работы выполняются по установленным темам (вариантам) с использованием практических материалов, полученных на практических занятиях и при прохождении практики. К каждой теме контрольной работы рекомендуется примерный перечень основных вопросов, список необходимой литературы. Необходимо

изучить литературу, рекомендуемую для выполнения контрольной работы. Чтобы полнее раскрыть тему, следует использовать дополнительные источники и материалы. Инструкция по выполнению контрольной работы находится в методических материалах по дисциплине.

Подготовка к экзамену

Подготовка студентов к экзамену включает три стадии:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билете.

7. Образовательные технологии

Перечень образовательных технологий, используемых при изучении дисциплины «Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации».

Традиционные образовательные технологии

Дисциплина «Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации» проводится с использованием традиционных образовательных технологий, ориентирующихся на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к студенту (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения), учебная деятельность студента носит в таких условиях, как правило, репродуктивный характер. Формы учебных занятий по дисциплине «Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации» с использованием традиционных технологий:

Лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

Интерактивные технологии

По дисциплине «*Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации*» лекционные занятия проводятся с использованием следующих интерактивных технологий:

Лекция-визуализация – представляет собой визуальную форму подачи лекционного материала средствами ТСО или аудиотехники (видео-лекция). Чтение такой лекции сводится к развернутому или краткому комментированию просматриваемых визуальных материалов (в виде схем, таблиц, графиков, моделей). Лекция-визуализация помогает студентам преобразовывать лекционный материал в визуальную форму.

По дисциплине «*Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации*» практические занятия проводятся с использованием следующих интерактивных технологий:

Работа в малых группах – это одна из самых популярных стратегий, так как она дает всем обучающимся (в том числе и стеснительным) возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия). Все это часто бывает невозможно в большом коллективе.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

а) основная учебная литература:

1. Бычкова, С. М. Методология научного исследования : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.04.01 Экономика : [16+] / С. М. Бычкова, Д. В. Эльяшев ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2022. – 166 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699478>

2. Исследование конкурентных преимуществ организаций, их видов, источников и путей развития : учебное пособие : [16+] / С. С. Вайцеховская, Г. В. Токарева, М. В. Пономаренко, Е. В. Скиперская ; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2023. – 128 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=708824>

3. Лаптева, Е. В. Статистические методы исследований в экономике : учебное пособие : [16+] / Е. В. Лаптева, Л. В. Портнова ; Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова (Оренбургский филиал). – 2-е изд., дораб. и доп. – Волгоград : Сфера, 2022. – 234 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699644>

4 Землянухина, С. Г. Методология научного экономического исследования : учебное пособие / С. Г. Землянухина, Н. С. Землянухина. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2020. — 268 с. — ISBN 978-5-7433-3368-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108694.html>

б) дополнительная учебная литература:

5. Количественные методы в экономических исследованиях : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / Ю. Н. Черемных, А. А. Любкин, Я. А. Рощина [и др.] ; под редакцией М. В. Грачевой, Ю. Н. Черемных, Е. А. Тумановой. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 687 с. — ISBN 978-5-238-02331-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/141787.html>

6. Ежова, В. А. Методы оценки и прогнозирования конкурентоспособности предприятий : учебное пособие / В. А. Ежова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 38 с. — ISBN 978-5-7937-1811-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118397.html>

в) перечень учебно-методического обеспечения:

7. Митченко И.А. Методические указания по самостоятельной работе. Астрахань: АГАСУ, 2021. – 16с. - URL: <https://next.astrakhan.ru/index.php/s/6BKfMjRMftZeryN>

8. Потапова И.И. Методические указания по выполнению контрольной работы. Астрахань: АГАСУ, 2022. – 16с. – URL: <https://next.astrakhan.ru/index.php/s/pY9zzna9RcDow66>

г) периодические издания

9. Научно-аналитический журнал «Актуальные проблемы экономики и менеджмента» URL: <https://www.sstu.ru/nauka/nauchnye-izdaniya/zhurnal-aktualnye-problemy-ekonomiki-i-menedzhmenta/>

д) перечень онлайн курсов:

10. Математическое моделирование и методы в экономике - режим доступа: <https://openedu.ru/course/mephi/ECMAМО/?ysclid=lqj7j5ufbr730935320>

8.2. Перечень необходимого лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

1. 7-Zip
2. AdobeAcrobatReader DC.
3. Apache Open Office.
4. VLC media player
5. KasperskyEndpointSecurity.
6. Yandex browser

8.3. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, доступных обучающимся при освоение дисциплины

1. Электронная информационно-образовательная среда Университета:
Образовательный портал (<http://moodle.aucu.ru>)
2. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека»
(<https://biblioclub.com/>)
3. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» (www.iprbookshop.ru)
4. Научная электронная библиотека (<http://www.elibrary.ru/>)
5. Консультант + (<http://www.consultant.ru/>)
6. Федеральный институт промышленной собственности (<http://www1/fips.ru/>)

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

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1.	Учебные аудитории для проведения учебных занятий 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 18 б, аудитории № 201, 203, 209.	ауд. № 201 Комплект учебной мебели. Переносной мультимедийный комплект. Доступ к информационно – телекоммуникационной сети «Интернет».
		ауд. № 203 Комплект учебной мебели. Переносной мультимедийный комплект. Доступ к информационно – телекоммуникационной сети «Интернет».
		ауд. № 209 Комплект учебной мебели Стационарный мультимедийный комплект Доступ к информационно – телекоммуникационной сети «Интернет»
2.	Помещения для самостоятельной работы: 414056, г. Астрахань, ул.	ауд. № 201 Комплект учебной мебели. Компьютеры – 8 шт. Доступ к информационно – телекоммуникационной сети «Интернет».

	Татищева, 22а, аудитории № 201, 203; 414056, г. Астрахань, ул. Татищева №18 а, библиотека, читальный зал.	ауд. № 203 Комплект учебной мебели. Компьютеры – 8 шт. Доступ к информационно – телекоммуникационной сети «Интернет».
		библиотека, читальный зал, Комплект учебной мебели. Компьютеры - 4 шт. Доступ к информационно – телекоммуникационной сети «Интернет».

10. Особенности организации обучения по дисциплине «Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на основании письменного заявления дисциплина *«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»* реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее – индивидуальных особенностей).

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу, оценочные и методические материалы по дисциплине
**«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности
организации»**

ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика»,

направленность (профиль) «Экономика инвестиционно-строительной сферы»,

по программе магистратуры

Кузнецовым Сергеем Владимировичем (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы, оценочных и методических материалов по дисциплине **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** ОПОП ВО по направлению подготовки **38.04.01 «Экономика»**, по программе **магистратуры**, разработанной в ГБОУ АО ВО "Астраханский государственный архитектурно-строительный университет", на кафедре **«Экономика строительства»** (разработчик – *доцент, к.э.н. Митченко Ирина Анатольевна*).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

Предъявленная рабочая программа учебной дисциплины **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки **38.04.01 «Экономика»**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от **11 августа 2020 г. № 939** и зарегистрированного в Минюсте России **26 августа 2020 г., №59459**.

Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к **части, формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины (по выбору))** Блока 1 **«Дисциплины (модули)»**.

Представленные в Программе цели учебной дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления подготовки **38.04.01 «Экономика»**, направленность (профиль) **«Экономика инвестиционно-строительной сферы»**.

В соответствии с Программой за дисциплиной **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** закреплена **1 компетенция**, которые реализуются в объявленных требованиях.

Предложенные в Программе индикаторы компетенций в категориях **знать, уметь, владеть** отражают специфику и содержание дисциплины, а предоставленные в ОММ показатели и критерии оценивания компетенций по дисциплине на различных этапах их формирования, а также шкалы оценивания позволяют определять степень достижения заявленных результатов, т.е. уровень освоения обучающимися соответствующих компетенций в рамках данной дисциплины.

Учебная дисциплина **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО по направлению подготовки **38.04.01 «Экономика»**, направленность (профиль) **«Экономика инвестиционно-строительной сферы»** и возможность дублирования в содержании не выявлена.

Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

Представленные и описанные в Программе формы текущей оценки знаний соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Промежуточная аттестация знаний *магистра*, предусмотренная Программой, осуществляется в форме *экзамена*. Формы оценки знаний, представленные в Рабочей программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено основной, дополнительной литературой, интернет-ресурсами и соответствует требованиям ФГОС ВО направления подготовки **38.04.01 «Экономика»**, направленность (профиль) **«Экономика инвестиционно-строительной сферы»**.

Материально-техническое обеспечение соответствует требованиям ФГОС ВО направления подготовки **38.04.01 «Экономика»** и специфике дисциплины **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

Представленные на рецензию оценочные и методические материалы направления подготовки **38.04.01 «Экономика»** разработаны в соответствии с нормативными документами, представленными в программе. Оценочные и методические материалы по дисциплине **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** предназначены для текущего контроля и промежуточной аттестации и представляют собой совокупность разработанных кафедрой **«Экономика строительства»** материалов для установления уровня и качества достижения обучающимися результатов обучения.

Задачами оценочных и методических материалов является контроль и управление процессом освоения обучающимися компетенций, заявленных в образовательной программе по данному направлению подготовки **38.04.01 «Экономика»** направленность (профиль) **«Экономика инвестиционно-строительной сферы»**.

Оценочные и методические материалы по дисциплине **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** представлены:

- заданиями для контрольной работы
- тестовыми заданиями
- вопросами к экзамену
- вопросами устного опроса

Данные материалы позволяют в полной мере оценить результаты обучения по дисциплине **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** в АГАСУ, а также оценить степень сформированности компетенций.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура, содержание рабочей программы, оценочных и методических материалов дисциплины **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** ОПОП ВО по направлению подготовки **38.04.01 «Экономика»**, по программе *магистратуры*, разработанная *доцентом, к.э.н. И.А. Митченко* соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям отрасли, рынка труда, профессиональных стандартов направления подготовки **38.04.01 «Экономика»**, направленность (профиль) **«Экономика инвестиционно-строительной сферы»** и могут быть рекомендованы к использованию.

Рецензент:

Генеральный директор ООО «АМС»
степень, должность, место работы



С.В. Кузнецов
И.О.Ф

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу, оценочные и методические материалы по дисциплине
**«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности
организации»**

ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика»,

направленность (профиль) «Экономика инвестиционно-строительной сферы»,

по программе магистратуры.

Никулиной Тамарой Николаевной (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы, оценочных и методических материалов по дисциплине ***«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»*** ОПОП ВО по направлению подготовки ***38.04.01 «Экономика»***, по программе ***магистратуры***, разработанной в ГБОУ АО ВО "Астраханский государственный архитектурно-строительный университет", на кафедре ***«Экономика строительства»*** (разработчик – ***доцент, к.э.н. Митченко Ирина Анатольевна Митченко Ирина Анатольевна***).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

Предъявленная рабочая программа учебной дисциплины ***«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»*** (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки ***38.04.01 «Экономика»***, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от ***11 августа 2020 г. № 939*** и зарегистрированного в Минюсте России ***26 августа 2020 г., №59459***.

Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к ***части, формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины (по выбору))*** Блока 1 ***«Дисциплины (модули)»***.

Представленные в Программе цели учебной дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления подготовки ***38.04.01 «Экономика»***, направленность (профиль) ***«Экономика инвестиционно-строительной сферы»***.

В соответствии с Программой за дисциплиной ***«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»*** закреплена 1 ***компетенция***, которые реализуются в объявленных требованиях.

Предложенные в Программе индикаторы компетенций в категориях ***знать, уметь, владеть*** отражают специфику и содержание дисциплины, а предоставленные в ОММ показатели и критерии оценивания компетенций по дисциплине на различных этапах их формирования, а также шкалы оценивания позволяют определять степень достижения заявленных результатов, т.е. уровень освоения обучающимися соответствующих компетенций в рамках данной дисциплины.

Учебная дисциплина ***«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»*** взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО по направлению подготовки ***38.04.01 «Экономика»***, направленность (профиль) ***«Экономика инвестиционно-строительной сферы»*** и возможность дублирования в содержании не выявлена.

Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

Представленные и описанные в Программе формы текущей оценки знаний соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Промежуточная аттестация знаний *магистра*, предусмотренная Программой, осуществляется в форме *экзамена*. Формы оценки знаний, представленные в Рабочей программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено основной, дополнительной литературой, интернет-ресурсами и соответствует требованиям ФГОС ВО направления подготовки **38.04.01 «Экономика»**, направленность (профиль) **«Экономика инвестиционно-строительной сферы»**.

Материально-техническое обеспечение соответствует требованиям ФГОС ВО направления подготовки **38.04.01 «Экономика»** и специфике дисциплины **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

Представленные на рецензию оценочные и методические материалы направления подготовки **38.04.01 «Экономика»** разработаны в соответствии с нормативными документами, представленными в программе. Оценочные и методические материалы по дисциплине **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** предназначены для текущего контроля и промежуточной аттестации и представляют собой совокупность разработанных кафедрой **«Экономика строительства»** материалов для установления уровня и качества достижения обучающимися результатов обучения.

Задачами оценочных и методических материалов является контроль и управление процессом освоения обучающимися компетенций, заявленных в образовательной программе по данному направлению подготовки **38.04.01 «Экономика»** направленность (профиль) **«Экономика инвестиционно-строительной сферы»**.

Оценочные и методические материалы по дисциплине **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** представлены:

- заданиями для контрольной работы
- тестовыми заданиями
- вопросами к экзамену
- вопросами устного опроса

Данные материалы позволяют в полной мере оценить результаты обучения по дисциплине **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** в АГАСУ, а также оценить степень сформированности компетенций.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура, содержание рабочей программы, оценочных и методических материалов дисциплины **«Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»** ОПОП ВО по направлению подготовки **38.04.01 «Экономика»**, по программе *магистратуры*, разработанная *доцентом, к.э.н. И.А. Митченко* соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям отрасли, рынка труда, профессиональных стандартов направления подготовки **38.04.01 «Экономика»**, направленность (профиль) **«Экономика инвестиционно-строительной сферы»** и могут быть рекомендованы к использованию.

Рецензент:

к.э.н., доцент

кафедра «Производственный менеджмент», АГТУ



Аннотация

к рабочей программе дисциплины «Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации»

по направлению подготовки **38.04.01 «Экономика»**
направленность (профиль) **«Экономика инвестиционно-строительной сферы»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Целью учебной дисциплины «Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации» является углубление уровня освоения компетенций обучающегося в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика».

Учебная дисциплина «Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности организации» входит в Блок 1 «Дисциплины (модули)» части, формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины (по выбору)).

Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении следующих дисциплин: «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Финансы», «Менеджмент», «Маркетинг» и др. изученных ранее.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Экономические основы исследования рынка

Раздел 2. Конкурентоспособность организации

Заведующий кафедрой


_____ /И.А. Митченко/
подпись И. О. Ф.

Министерство образования и науки Астраханской области
Государственное бюджетное образовательное учреждение
Астраханской области высшего образования
«Астраханский государственный архитектурно-строительный
университет»
(ГБОУ АО ВО «АГАСУ»)

УТВЕРЖДАЮ

И.о. ректора



/С.П. Стрелков/

(подпись)

И. О. Ф.

2025г.

ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Наименование дисциплины

Экономические основы исследования рынка и обеспечения конкурентоспособности
организации

(указывается наименование в соответствии с учебным планом)

По направлению подготовки

38.04.01. «Экономика»

(указывается наименование направления подготовки в соответствии с ФГОС ВО)

Направленность (профиль)

«Экономика инвестиционно-строительной сферы»

(указывается наименование профиля в соответствии с ОПОП)

Кафедра

«Экономика строительства»

Квалификация выпускника *магистр*

Разработчики:

доцент

(занимаемая должность,
учёная степень и учёное звание)



/И.А. Митченко/

(подпись)

Оценочные и методические материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры
«Экономика строительства»
протокол № 3 от 15.04 2025 г.

Заведующий кафедрой



/ И.А. Митченко/

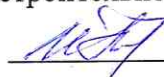
(подпись)

И. О. Ф.

Согласовано:

Председатель МКН «Экономика»,

направленность (профиль) «Экономика инвестиционно-строительной сферы»



/И.И. Потапова /

(подпись)

Начальник УМУ

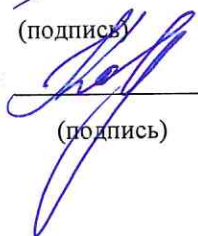


/О.Н. Беспалова /

(подпись)

И. О. Ф

Начальник ООСиМ ВО



/Е.С. Коваленко/

(подпись)

И. О. Ф

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. Оценочные и методические материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	4
1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	4
1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	5
1.2.1. Перечень оценочных средств текущего контроля успеваемости	5
1.2.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций по дисциплине на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	6
1.2.3. Шкала оценивания	7
2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	8
3. Перечень и характеристики процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций	17
4. Приложение	18

1. Оценочные и методические материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные и методические материалы являются неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины (далее РПД) и представлены в виде отдельного документа

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

Индекс и формулировка компетенции N	Индикаторы достижений компетенций, установленные ОПОП	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.5.1 РПД)		Формы контроля с конкретизацией задания
		1	2	
1	2	3	4	5
ПК-3 Способен контролировать и анализировать проектные решения и показатели эффективности деятельности организации и ее подразделений	Знать:			
	ПК-3.1. Знать: нормативные правовые акты, регулирующие финансово-хозяйственную деятельность организации	X	X	Вопросы к экзамену (1-35) Контрольная работа (1-30) Итоговое тестирование (задания 1-50) Опрос устный (вопросы 1-67)
	Уметь:			
	ПК-3.2. Уметь: Разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности организации	X		Контрольная работа (31-33)
	Владеть:			
	ПК-3.3. Владеть: Методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений, Методы определения экономической эффективности внедрения новой техники и технологии, организации труда, инновационных предложений	X	X	Контрольная работа (31-33)

1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалоценивания

1.2.1. Перечень оценочных средств текущего контроля успеваемости

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий
Опрос (устный или письменный)	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде опроса студентов	Вопросы по темам/разделам дисциплины

1.2.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций по дисциплине на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Показатели и критерии оценивания результатов обучения			
		Ниже порогового уровня (не зачтено)	Пороговый уровень (Зачтено)	Продвинутый уровень (Зачтено)	Высокий уровень (Зачтено)
1	2	3	4	5	6
ПК-3 Способен контролировать и анализировать проектные решения и показатели эффективности деятельности организации и ее подразделений	ПК-3.1. Знать: нормативные правовые акты, регулирующие финансово-хозяйственную деятельность организации	Обучающийся не знает и не понимает нормативные правовые акты, регулирующие финансово-хозяйственную деятельность организации	Обучающийся знает нормативные правовые акты, регулирующие финансово-хозяйственную деятельность организации в типовых ситуациях.	Обучающийся знает и понимает нормативные правовые акты, регулирующие финансово-хозяйственную деятельность организации в типовых ситуациях и ситуациях повышенной сложности	Обучающийся знает и понимает нормативные правовые акты, регулирующие финансово-хозяйственную деятельность организации в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий.
	ПК-3.2. Уметь: Разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности организации	Обучающийся не умеет разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности организации	Обучающийся умеет разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности организации в типовых ситуациях.	Обучающийся умеет разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности организации в типовых ситуациях и ситуациях	Обучающийся умеет разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности организации в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных

				повышенной сложности.	и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий.
	ПК-3.3. Владеть: Методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений, Методы определения экономической эффективности внедрения новой техники и технологии, организации труда, инновационных предложений	Обучающийся не владеет методами экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений, методами определения экономической эффективности внедрения новой техники и технологии, организации труда, инновационных предложений	Обучающийся владеет методами экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений, методами определения экономической эффективности внедрения новой техники и технологии, организации труда, инновационных предложений в типовых ситуациях.	Обучающийся владеет методами экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений, методами определения экономической эффективности внедрения новой техники и технологии, организации труда, инновационных предложений в типовых ситуациях и ситуациях повышенной сложности.	Обучающийся владеет методами экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений, методами определения экономической эффективности внедрения новой техники и технологии, организации труда, инновационных предложений в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий.

1.2.3. Шкала оценивания

Уровень достижений	Отметка в 5-бальной шкале	Зачтено/ не зачтено
высокий	«5»(отлично)	зачтено
продвинутый	«4»(хорошо)	зачтено
пороговый	«3»(удовлетворительно)	зачтено
ниже порогового	«2»(неудовлетворительно)	не зачтено

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ:

2.1. Экзамен

а) типовые вопросы (задания) (Приложение 1)

б) критерии оценивания

При оценке знаний на экзамене учитывается:

1. Уровень сформированности компетенций.
2. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
3. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
4. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
5. Умение связать теорию с практикой.
6. Умение делать обобщения, выводы.

№ п/п	Оценка	Критерии оценки
1	Отлично	Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов. Соблюдаются нормы литературной речи.
2	Хорошо	Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Базовые нормативно-правовые акты используются, но в недостаточном объеме. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи.
3	Удовлетворительно	Допускаются нарушения в последовательности изложения. Имеются упоминания об отдельных базовых нормативно-правовых актах. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи.
4	Неудовлетворительно	Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения норм литературной речи.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:

2.2. Контрольная работа

а) типовые вопросы (задания) (Приложение 2)

б) критерии оценивания

Выполняется в письменной форме. При оценке работы студента учитывается:

1. Правильное раскрытие содержания основных вопросов темы, правильное решение задач.

2. Самостоятельность суждений, творческий подход, научное обоснование раскрываемой проблемы.

3. Правильность использования цитат (если цитата приводится дословно, то надо взять ее в кавычки и указать источник с указанием фамилии автора, названия произведения, места и города издания, тома, части, параграфа, страницы).

4. Наличие в конце работы полного списка литературы.

№ п/п	Оценка	Критерии оценки
1	Отлично	Студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета
2	Хорошо	Студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов
3	Удовлетворительно	Студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов, плохо знает материал, допускает искажение фактов
4	Неудовлетворительно	Студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, при которой может быть выставлена оценка «3», или если правильно выполнил менее половины работы
5	Зачтено	Выполнено правильно не менее 50% заданий, работа выполнена по стандартной или самостоятельно разработанной методике, в освещении вопросов не содержится грубых ошибок, по ходу решения сделаны аргументированные выводы, самостоятельно выполнена графическая часть работы
6	Не зачтено	Студент не справился с заданием (выполнено правильно менее 50% задания варианта), не раскрыто основное содержание вопросов, имеются грубые ошибки в освещении вопроса, в решении задач, в выполнении графической части задания и т.д., а также выполнена не самостоятельно.

2.3. Тест

а) Типовой комплект заданий для входного тестирования (Приложение 3)

б) Типовой комплект заданий для итогового тестирования (Приложение 4)

в) критерии оценивания

При оценке знаний по результатам тестов учитывается:

1. Уровень сформированности компетенций.
2. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
3. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
4. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
5. Умение связать теорию с практикой.
6. Умение делать обобщения, выводы.

№ п/п	Оценка	Критерии оценки
1	2	3
1	Отлично	если выполнены следующие условия: - даны правильные ответы не менее чем на 90% вопросов теста, исключая вопросы, на которые студент должен дать свободный ответ; - на все вопросы, предполагающие свободный ответ, студент дал правильный и полный ответ.
2	Хорошо	если выполнены следующие условия: - даны правильные ответы не менее чем на 75% вопросов теста, исключая вопросы, на которые студент должен дать свободный ответ; - на все вопросы, предполагающие свободный ответ, студент дал правильный ответ, но допустил незначительные ошибки и не показал необходимой полноты.
3	Удовлетворительно	если выполнены следующие условия: - даны правильные ответы не менее чем на 50% вопросов теста, исключая вопросы, на которые студент должен дать свободный ответ; - на все вопросы, предполагающие свободный ответ, студент дал непротиворечивый ответ, или при ответе допустил значительные неточности и не показал полноты.
4	Неудовлетворительно	если студентом не выполнены условия, предполагающие оценку «Удовлетворительно».
5	Зачтено	Выставляется при соответствии параметрам экзаменационной шкалы на уровнях «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».
6	Не зачтено	Выставляется при соответствии параметрам экзаменационной шкалы на уровне «неудовлетворительно».

2.4 Опрос устный

а) типовые вопросы (Приложение 5)

б) критерии оценивания

При оценке знаний на опросе (устном) учитывается:

1. Полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
2. Сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
3. Логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
4. Рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной

задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);

5. Своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);

6. Использование дополнительного материала (обязательное условие);

7. Рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

№ п/п	Оценка	Критерии оценки
1	2	3
1	Отлично	1) полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; 3) излагает материал последовательно и правильно.
2	Хорошо	студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
3	Удовлетворительно	студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
4	Неудовлетворительно	студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

3. Перечень и характеристики процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине регламентируется локальным нормативным актом.

Перечень и характеристика процедур текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

№	Наименование оценочного средства	Периодичность и способ проведения процедуры оценивания	Виды выставляемых оценок	Форма учета
---	----------------------------------	--	--------------------------	-------------

1.	Экзамен	Раз в семестр, по окончании изучения дисциплины	По пятибалльной шкале	Ведомость, зачетная книжка
2.	Контрольная работа	Раз в семестр, по окончании изучения дисциплины	Зачтено/ Незачтено	Регистрационная тетрадь для заочной формы обучения и журнал учета успеваемости преподавателя для очной формы обучения
3.	Тест	В начале изучения дисциплины и по окончании изучения дисциплины	Зачтено/ Незачтено	Журнал учета успеваемости преподавателя
4.	Опрос устный	Систематически на занятиях	По пятибалльной шкале	Журнал учета успеваемости преподавателя

Типовые вопросы к экзамену

ПК-3 (знать)

1. Виды рынков и рыночных структур. Специфика выбора методов исследования в зависимости от типа рынка.
2. Классификация и виды основных рыночных показателей.
3. Методология исследования рыночных структур.
4. Методы определения границ продуктового рынка.
5. Методы исследования объема, емкости и насыщенности рынка.
6. Методы оценки барьеров входа на рынок.
7. Методы исследования динамики рынка.
8. Исследование конкуренции на рынке: принципы и методы.
9. Исследование конкурентного положения фирмы на рынке: принципы и инструменты.
10. Количественные методы исследования стратегических и нестратегических барьеров.
11. Качественные методы исследования стратегических и нестратегических барьеров.
12. Методы исследования квазиконкурентных рынков.
13. Показатели отраслевой концентрации: маркетинговые исследования числа фирм на рынке и расчета индекса концентрации.
14. Индекс Херфиндала – Хиршмана и дисперсия рыночных долей как методы исследования рынка.
15. Индексы Ротшильда, Хана – Кея и Линда как методы исследования состояния рынка.
16. Показатели и методы исследования рыночной власти фирмы.
17. Количественные методы исследования спроса на рынке.
18. Качественные методы исследования спроса на рынке.
19. Методы исследования индивидуального предложения на рынке.
20. Исследование рыночного предложения: принципы и методы.
21. Исследование дифференциации продукта на рынке: методы и инструменты.
22. Принципы и методика применения модели пространственной дифференциации Хотеллинга в исследованиях рынка.
23. Принципы и методика применения модели Саттона для исследования вертикальной дифференциации.
24. Методы сбора информации о рынке. Асимметрия информации.
25. Исследование рыночной цены: методы и инструменты.
26. Исследование поведения покупателей на B2C рынках: подходы и методы.
27. Исследование поведения потребителей на B2B рынках: методы и инструменты.
28. Прогнозирование развития рынка: принципы и инструменты.
29. Анализ поведения фирм на рынке: модели, методы, инструменты.
30. Исследование рыночной стратегии фирмы: модели, методы, инструменты.
31. Принципы и методы сегментирования рынка. Оценка эффективности сегментирования.
32. Исследование ценовой стратегии предприятий: принципы и методы.
33. Исследование уровня конкуренции на рынке
34. Ключевые факторы конкурентоспособности
35. Принципы и методы оценки конкурентоспособности

Типовой комплект заданий для контрольной работы

ПК-3 (знать)

1. Методы сбора информации о рынке. Асимметрия информации.
2. Исследование рыночной цены: методы и инструменты.
3. Исследование поведения покупателей на B2C рынках: подходы и методы.
4. Исследование поведения потребителей на B2B рынках: методы и инструменты.
5. Прогнозирование развития рынка: принципы и инструменты.
6. Анализ поведения фирм на рынке: модели, методы, инструменты.
7. Исследование рыночной стратегии фирмы: модели, методы, инструменты.
8. Принципы и методы сегментирования рынка. Оценка эффективности сегментирования.
9. Методы исследования динамики рынка.
10. Исследование конкуренции на рынке: принципы и методы.
11. Исследование конкурентного положения фирмы на рынке: принципы и инструменты.
12. Количественные методы исследования стратегических и нестратегических барьеров.
13. Качественные методы исследования стратегических и нестратегических барьеров.
14. Методы исследования квазиконкурентных рынков.
15. Показатели отраслевой концентрации: маркетинговые исследования числа фирм на рынке и расчета индекса концентрации.
16. Индекс Херфиндала – Хиршмана и дисперсия рыночных долей как методы исследования рынка.
17. Индексы Ротшильда, Хана – Кея и Линда как методы исследования состояния рынка.
18. Показатели и методы исследования рыночной власти фирмы.
19. Количественные методы исследования спроса на рынке.
20. Качественные методы исследования спроса на рынке.
21. Методы исследования индивидуального предложения на рынке.
22. Исследование рыночного предложения: принципы и методы.
23. Исследование дифференциации продукта на рынке: методы и инструменты.
24. Принципы и методика применения модели пространственной дифференциации Хотеллинга в исследованиях рынка.
25. Принципы и методика применения модели Саттона для исследования вертикальной дифференциации.
26. Конкурентоспособность отраслей и организаций. Методы оценки.
27. Источники информации о конкурентах.
28. Методы сбора информации о конкурентах.
29. Особенности метода конкурентной разведки.
30. Методы обработки и оценки результатов конкурентного анализа.

ПК-3 (уметь, владеть)

31. Автомастерская, находящаяся в небольшом городке, на окраине, изначально была ориентирована на две группы клиентов. С первой группой – местными жителями, проблем нет. Спрос небольшой, но устойчивый. А вот со второй группой – транзитным транспортом, ситуация развивается не так, как было задумано. Профилактический и небольшой текущий ремонт водители по-прежнему осуществляют на заправочных станциях, несмотря на более высокие цены.
 1. Определите сильные и слабые стороны компании, сформулируйте конкурентные преимущества и проблемы компании.
 2. Проведите конкурентный анализ по модели пяти конкурентных сил М. Портера
 3. Каких базовых стратегий придерживалась компания на разных этапах развития бизнеса?
 4. Сформулируйте конкурентную стратегию развития компании, назовите представленные в кейсе и возможные прогнозируемые действия по поддержке выбранной конкурентной стратегии
32. Детский центр дополнительного образования. Центр создан в сентябре 2019 года. За время существования был пройден путь от одной авторской программы до образовательного комплекса включающего более 10 направлений, среди которых детское прикладное творчество, современный танец, вокал, шахматы, английский язык и т.п.
 - В центре проводятся детские дни рождения и др. праздники (например, празднование нового года).

- Кроме того, центр часто выступает площадкой для проведения районных и даже общегородских детских конкурсов.

Основной проблемой на данный момент является низкая наполняемость групп.

1. Определите сильные и слабые стороны компании, сформулируйте конкурентные преимущества и проблемы компании.
2. Проведите конкурентный анализ по модели пяти конкурентных сил М. Портера
3. Каких базовых стратегий придерживалась компания на разных этапах развития бизнеса?
4. Сформулируйте конкурентную стратегию развития компании, назовите представленные в кейсе и возможные прогнозируемые действия по поддержке выбранной конкурентной стратегии

33. Магазин "Дачный". В ассортименте магазина семена, луковицы, удобрения, рассада, комнатные растения, садовые инструменты, книги по садоводству и т.п.

Одной из основных проблем магазина является чрезмерно выраженные сезонные колебания спроса. С целью выравнивания сбыта в течение года предпринята попытка введения в ассортимент подарочных сертификатов.

Сертификаты спросом не пользуются.

1. Определите сильные и слабые стороны компании, сформулируйте конкурентные преимущества и проблемы компании.
2. Проведите конкурентный анализ по модели пяти конкурентных сил М. Портера
3. Каких базовых стратегий придерживалась компания на разных этапах развития бизнеса?
4. Сформулируйте конкурентную стратегию развития компании, назовите представленные в кейсе и возможные прогнозируемые действия по поддержке выбранной конкурентной стратегии

Типовой комплект заданий для входного тестирования

Для входного тестирования используются только открытые вопросы. Открытые вопросы — это вопросы, которые требуют развернутого ответа.

1. Раскройте содержание понятия «исследование».
2. Для чего проводятся исследования?
3. Назовите виды научных исследований.
4. Укажите формы представления результатов исследования
5. Укажите цель исследований в экономике
6. Укажите, что может быть объектом исследования в экономическом исследовании?
7. Как вы понимаете понятие «метод»?
8. Укажите, чем определяется метод исследования?
9. Какие теоретические методы исследования вам известны?
10. Какие эмпирические методы исследования вам известны?

Типовой комплект заданий для итогового тестирования

ПК-3 (знать)

1. Что из следующего не приводит к монополии?
 - А) лицензии;
 - Б) авторские права;
 - В) контроль над единственным источником товара;
 - Г) производство и сбыт товара, имеющего много близких субститутов
2. Ситуация, приближенная к совершенной конкуренции, скорее всего будет характерна для
 - А) рынка зерна;
 - Б) рынка легковых автомобилей;
 - В) рынка услуг преподавателей;
 - Г) рынка карандашей.
3. К недостаткам рынка совершенной конкуренции относится:
 - А) низкий объем производства;
 - Б) высокий уровень расходов на рекламу;
 - В) нестабильность цен;
 - Г) низкий уровень расходов на НИОКР
4. Монополистическая конкуренция возникает на рынках тех товаров, где эластичность спроса
 - А) как правило, низка;
 - Б) приблизительно равна единице;
 - В) как правило, высока;
 - Г) может быть какой угодно.
5. «Первооткрывателем» монополистической конкуренции является:
 - А) А. Курно;
 - Б) А. Лернер;
 - В) Э. Чемберлин;
 - Г) П. Самуэльсон.
6. Что из нижеперечисленного является признаком только совершенной конкуренции?
 - А) фирма не обладает рыночной властью;
 - Б) фирма максимизирует прибыль;
 - В) фирма получает экономическую прибыль в долгосрочном периоде;
 - Г) линия спроса представляет собой линию средней выручки фирмы
7. Если индекс Герфиндаля-Гиршмана для отрасли высок, то это, при прочих равных условиях означает, что индекс Лернера для фирм этой отрасли:
 - А) скорее всего, тоже высок;
 - Б) стремится к нулю;
 - В) стремится к единице;
 - Г) все предыдущее ошибочно.
8. В городе открылся первый ночной магазин. Это пример, скорее всего:
 - А) естественной монополии;
 - Б) вынужденной монополии;
 - С) временной монополии;
 - Д) монополии
9. Монополист может получить экономическую прибыль
 - А) только в краткосрочном периоде;
 - Б) только в долгосрочном периоде;
 - В) никогда;
 - Г) и в краткосрочном и в долгосрочном периоде.
10. Если монополия в отрасли сменится монополистической конкуренцией, то от этого:
 - А) выигрывают продавцы;
 - Б) выигрывают покупатели;
 - В) выигрывают и продавцы и покупатели;
 - Г) никто не выигрывает.
11. Примером естественной монополии является:

- А) картель «Семь сестер»
 - Б) журнал «Вопросы экономики»
 - В) организация ОПЕК;
 - Г) космодром «Байконур»
12. Рынок красных гвоздик скорее всего будет являться
- А) монополией;
 - Б) свободно конкурентным рынком;
 - В) монополистической конкуренцией;
 - Г) картелем.
13. Фирма обладает монопольной властью, если она:
- А) устанавливает цену на уровне предельных издержек;
 - Б) следует за ценой, которую устанавливает лидер на рынке;
 - В) устанавливает цену на уровне средних переменных издержек;
 - Г) устанавливает цену, исходя из кривой спроса.
14. Если число фирм в отрасли стремится к бесконечности, то индекс Герфиндаля-Гиршмана
- А) отрицателен;
 - Б) стремится к нулю;
 - В) стремится к единице;
 - Г) тоже стремится к бесконечности.
15. Рынок совершенной конкуренции и монополистической конкуренции схожи тем, что
- А) выпускаются однородные товары;
 - Б) цена превышает предельные издержки;
 - В) нет барьеров для вступления конкурентов в отрасль;
 - Г) эластичность спроса ниже, чем на рынке чистой монополии.
16. Монопольный товар, т.е. товар, предлагаемый монополистом, как правило:
- А) не имеет близких заменителей;
 - Б) не нужно рекламировать;
 - С) требует больших затрат в производстве;
 - Д) верны ответы а и б
17. Что из нижеперечисленного не является характеристикой деформированного рынка:
- а) несбалансированность спроса и предложения;
 - б) чрезмерное развитие теневой экономики;
 - в) наличие в экономике разнообразных форм собственности;
 - г) отсутствие у потребителя права выбора товара.
18. Ситуация на конкретном товарном рынке, определяемая соотношением спроса и предложения на определенный товар (услугу) и другими факторами:
- а) конъюнктура;
 - б) структура;
 - в) инфраструктура;
 - г) интеграция.
19. Что относится к нестратегическим рыночным барьерам:
- а) административные барьеры;
 - б) продуктовая дифференциация;
 - в) ценообразование
 - г) долгосрочные контракты с поставщиками и покупателями.
20. Какому типу рынка характерны: наличие большого числа субъектов, дифференцированность продукта, высокая степень заменяемости товара, ограниченный доступ:
- а) совершенная конкуренция;
 - б) монополистическая конкуренция;
 - в) олигополия;
 - г) монополия.
21. Количественными показателями, характеризующими структуру товарного рынка не являются:
- а) численность продавцов;
 - б) рыночная доля;
 - в) показатели рыночной концентрации;
 - г) интеграция в мировой рынок.
22. Дифференциация товара как стратегия блокирования входа на рынок предусматривает:

- а) выпускать как можно меньшее число товарных марок;
- б) выпускать как можно большее число товарных марок;
- в) ориентироваться на потребителей с наивысшей ценовой эластичностью спроса;
- г) назначать такую цену на товар, чтобы повышалась предельная полезность денежной единицы потребления.

23. Качественными показателями, характеризующими структуру товарного рынка, не являются:

- а) рыночные барьеры;
- б) открытость рынка для международной торговли;
- в) объем предлагаемого товара;
- г) отраслевые изменения по моде, качеству товаров

24. По типу рынка, на котором функционирует фирма, различают следующие виды слияний:

- а) конгломеративное и оспариваемое;
- б) отторжение и согласованное;
- в) вертикальное и согласованное слияние;
- г) горизонтальное, вертикальное и конгломеративное.

25. Различают интеграцию:

- а) прямую, вертикальную
- б) горизонтальную, вертикальную
- в) агропромышленную, агропродовольственную
- г) сложную, простую.

26. Формирование отраслевых структур базируется на принципах

- а) взаимной ответственности
- б) целостности и комплексности
- в) презумпции невиновности
- г) наличия предприятия-собственника

27. Изменение спроса и изменение объема спроса различаются тем, что:

- а) изменение спроса состоит из суммы изменений объема спроса;
- б) изменение спроса – это сдвиг кривой спроса, а изменение объема спроса – это движение по кривой спроса;
- в) изменение объема спроса происходит вследствие изменения неценовых факторов;
- г) изменение спроса – это движение по кривой спроса, а изменение объема спроса – это сдвиг кривой спроса.

28. Анализ структуры отраслевого рынка наиболее часто отождествляется с познавательной операцией, ко-торая фиксирует:

- а) уровень концентрации покупателей однородной продукции
- б) уровень концентрации продавцов однородной продукции
- в) упорядоченность покупателей однородной продукции
- г) количество покупателей однородной продукции

29. Отрасль отождествляется с сознательно координируемым социальным образованием, которое направлено на создание и предложение:

- а) разнообразных товаров и услуг
- б) однородного товара
- в) совершенного товара
- г) одинаковых товаров и услуг

30. Основы справедливости вознаграждения отраслевых фирм в рамках отраслевого рынка могут определят:

- а) вознаграждение в соответствии со способностью получать прибыль
- б) вознаграждение не в соответствии со способностью получать прибыль, если это работает на благо всех производителей
- в) вознаграждение, отвечающее интересам отраслевых производителей
- г) вознаграждение, которое достаточно только для расширения возможностей отраслевого производства

31. Рынок изучается с целью:

- а) удачно вступить в конкретную борьбу;
- б) снижения риска не реализации продукции;
- в) воспользоваться благоприятной конъюнктурой;
- г) разработки тактики поведения фирмы;

- д) всё вышеперечисленное верно
32. Изучение деятельности конкурентов осуществляется для того, чтобы:
- а) следовать за лидерами отрасли;
 - б) избежать конкуренции;
 - в) ориентироваться в вопросах ценообразования;
 - г) быть конкурентным на рынке
33. Лабораторные эксперименты отличаются от полевых экспериментов:
- а) манипулированием с зависимыми и независимыми переменными;
 - б) стоимостью;
 - в) непрезентативностью полученных данных
 - г) различной средой, в которой проводится эксперимент
34. К какому методу комплексного исследования рынка относится изучение справочников и статистических отчетов:
- а) кабинетные исследования;
 - б) полевые исследования;
 - в) прямые исследования;
 - г) косвенные исследования
35. Анализируя конкуренцию, компания должна оценить вероятность входа на рынок новых компаний. Появление дополнительного производителя на рынке способствует:
- а) снижению производительности отрасли и ведет к снижению цен;
 - б) снижению производительности отрасли и ведет к росту цен;
 - в) увеличению производительности отрасли и ведет к снижению цен
36. Для панельного исследования как метода сбора первичной информации характерно...
- а) участие в опросах интервьюеров
 - б) проведение опросов от случая к случаю, по мере необходимости
 - в) повторные опросы одних и тех же респондентов и возможность наблюдения изменений.
 - г) более низкое качество собираемой информации
37. Что показывает коэффициент корреляции?
- а) на сколько процентов изменится спрос при изменении фактора на один процент
 - б) насколько сильно тот или иной фактор влияет на анализируемую рыночную категорию
 - в) на сколько единиц изменится спрос при изменении фактора на одну единицу
 - г) на сколько единиц изменится спрос при изменении фактора на 10%
38. Объем выборочной совокупности можно определить с помощью...
- а) таблицы Паниотто
 - б) статистического метода
 - в) таблицы Стьюдента
 - г) корреляционного анализа
39. Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение – это:
- а) рынок производителя
 - б) рынок продавца;
 - в) рынок поставщика;
 - г) рынок покупателя.
40. Данные барьеры входа на рынок возникли по экономическим причинам
- а) Смешанные
 - б) Естественные
 - в) Искусственные
 - г) Монопольные
41. Данные барьеры входа на рынок создаются институциональным путем
- а) Смешанные
 - б) Естественные
 - в) Искусственные
 - г) Монопольные
42. Верно ли утверждение: Состояние рыночной инфраструктуры может выступать барьером как на вход, так и на выход с рынка.
- а) Верно
 - б) неверно
43. Данный показатель измеряется как сумма рыночных долей крупнейших организаций,

действующих на рынке

- а) Индекс концентрации
- б) Индекс Херфиндаля-Хиршмана
- в) Дисперсия рыночных долей
- г) Индекс Ханна-Кея

44. Данный показатель определяется как сумма квадратов долей всех организаций, действующих на рынке

- а) Индекс концентрации
- б) Индекс Херфиндаля-Хиршмана
- в) Дисперсия рыночных долей
- г) Индекс Ханна-Кея

45. Данный показатель определяется как отклонения рыночных долей всех фирм рынка:

- а) Индекс концентрации
- б) Индекс Херфиндаля-Хиршмана
- в) Дисперсия рыночных долей
- г) Индекс Ханна-Кея

46. Данный показатель рассчитывается на основе сопоставления рангов организаций рынка

- а) Индекс концентрации
- б) Индекс Херфиндаля-Хиршмана
- в) Дисперсия рыночных долей
- г) Индекс Ханна-Кея

47. Верно ли утверждение: одной из важнейших сфер антимонопольной политики является регулирование соглашений, ограничивающих конкуренцию и снижающих экономическую эффективность

- а). Верно
- б) Неверно

48. Что из перечисленного не присуще совершенной конкуренции?

- а) однородность продукции
- б) мобильность ресурсов
- в) продвижение товара
- г) большое число покупателей

49. Выберите основные цели антимонопольного законодательства:

- а) Определение организационных и правовых основ предупреждения, ограничения и пресечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции.
- б) Обеспечение условий для создания и эффективного функционирования рынков товаров, услуг и финансовых средств.
- в) Создание условий, ограничивающих конкуренцию.

50. Укажите административные барьеры.

- а) квотирование производства
- б) экологические нормы
- в) дифференциация продукции
- г) лицензирование деятельности предприятий
- д) емкость рынка

Типовой комплект вопросов к опросу (устному)

ПК-3 (знать)

1. В чем сущность исследований рынка?
2. Перечислите основные направления и виды исследований рынка.
3. В чем состоят различия между формализованными и качественными исследованиями?
4. Каковы принципы организации исследований рынка на различных предприятиях? Какие фирмы работают на рынке профессиональных услуг в области исследований рынка?
5. Перечислите основные этапы проведения исследований рынка. Какие вопросы должны быть поставлены на различных этапах исследования рынка?
6. Какие существуют подходы к оценке эффективности исследований рынка?
9. Какие существуют признаки классификации информации о рынке? Рассмотрите виды источников информации в соответствии с выделенными признаками классификации.
10. Что входит в понятие информационной системы маркетинга? Определите место исследований рынка в информационной системе.
11. Каким образом может быть собрана первичная информация в ходе исследований рынка? Назовите основные методы сбора первичной информации.
12. Назовите основные информационные источники вторичной информации в России.
13. В чем суть экспертных методов получения и оценки информации о рынке?
14. Что такое выборка? В каких случаях выборочный метод предпочитается сплошному? Почему?
15. Какие методы выборки Вы знаете? Какую классификацию методов выборки можно применить для целей исследований рынка. В чем основные различия между вероятностными и невероятностными методами выборочного наблюдения?
16. Назовите отличительные особенности простой случайной выборки.
17. Каким образом должна формироваться серийная выборка? Опишите эту процедуру.
18. Что такое нерепрезентативная выборка?
19. Как использовать результаты выборочного наблюдения при принятии управленческих решений? Можно ли распространить выборочные данные на генеральную совокупность?
20. В чем сущность качественных методов сбора и анализа информации о рынке?
21. Определите основные типы фокус-групп и их различия. Для каких целей образуются фокус-группы? Каковы критерии привлечения участников в фокус-группы? В чем преимущества и недостатки глубинных интервью по сравнению с фокус-группами?
22. В чем состоит тест на словесные ассоциации? Тест на завершение предложения? Тест на составление рассказа?
23. В чем заключается сущность экспертного метода оценки информации?
24. Определите систему относительных качественных измерений в исследованиях рынка. В каких случаях используют точечные рейтинговые шкалы? Шкалы семантических различий? Шкалы постоянной суммы?
25. В чем особенности количественных методов сбора и анализа информации о рынке? С чем связана их популярность, и какие существуют ограничения при проведении исследования рынка?
26. Назовите основные виды анкет. Какова их структура?
27. Что такое открытый вопрос в анкете? Каковы достоинства и недостатки открытых вопросов?
28. Что включает процесс проектирования анкет? Каким образом классифицируют вопросы анкеты?
29. В чем состоят отличия опроса по почте, телефонного опроса и личного собеседования в отношении следующих моментов: возможности контроля за состоянием выборки; возможности контроля за информацией; управленческого контроля?
30. Назовите основные методы дескриптивного анализа, используемые для описания информации о рынке.
31. Каковы различия между одномерной и многомерной группировками?
32. Какие классификационные признаки характеризуют респондентов и их отношение к элементам комплекса маркетинга?
33. Для решения каких задач используются методы проверки статистических гипотез?
34. Какова последовательность проведения проверки гипотез?

35. Какие критерии применяются для проверки гипотез о средних величинах, о пропорциях, о частоте распределения?
36. Каковы основы использования проверки по критерию хи-квадрат? Что представляет собой уровень значимости? Как определяются ожидаемые частоты?
37. Определите задачи исследований рынка, решаемые с помощью оценок тесноты связи между признаками? Какие существуют подходы к оценке тесноты связи между признаками?
38. С помощью каких показателей производится оценка тесноты связи при альтернативной и количественной вариации двух признаков?
39. Назовите показатели оценки тесноты связи между качественными признаками.
40. Какие существуют особенности в расчетах при использовании показателей оценки взаимосвязей между двумя ранжированными рядами переменных?
41. В чем различие корреляционного и регрессионного анализов?
42. Какие задачи в исследованиях рынка решают с помощью множественного регрессионного анализа? Какого типа модели составляют основу регрессионного анализа?
43. Что означают коэффициенты корреляции и детерминации? Что они измеряют? Как определяется их значимость?
44. В чем сходство и различия множественного регрессионного и дискриминантного анализов? Приведите примеры из области исследований рынка.
45. Что служит мерой различия между классами по нескольким дискриминантным переменным?
46. Что является целью факторного анализа в исследованиях рынка?
47. Что характеризуют укрупненные факторы? Как они образуются? Какие методы извлечения факторов из матрицы корреляций наиболее часто используются в практике исследований рынка?
48. Какие задачи решает кластерный анализ в исследованиях рынка?
49. Какие алгоритмы используются в процессе формирования кластеров?
50. Как определить максимальное число группировочных признаков при проведении кластерного анализа?
51. Зачем фирме нужны оценки и прогнозы покупательского спроса? Какие методы прогнозирования, используемые в исследованиях рынка, Вы знаете?
52. Что представляет собой трендовая модель развития? На чем основаны методы анализа и прогнозирования временных рядов?
53. Каковы методы выявления и моделирования сезонных колебаний?
54. Зачем изучать циклические колебания и можно ли влиять на их силу?
55. В чем особенность казуальных методов прогнозирования?
56. В чем преимущество прогнозирования с помощью многофакторного регрессионного метода перед экстраполированием по трендовой модели?
57. Как выбрать оптимальный метод прогнозирования объема продаж фирмы?
58. В чем заключается цель анализа общей ситуации в отрасли? Как можно оценить привлекательность отдельных отраслей?
59. Как определить позицию фирмы на рынке и ее конкурентоспособность?
60. Опишите концепцию развития нового продукта и выхода его на рынок. В чем состоит основной принцип мозговой атаки при генерации идей?
61. Раскройте понятие конкурентоспособности как экономической категории
62. Раскройте сущность структурного подхода к конкурентоспособности
63. Раскройте сущность функционального подхода к конкурентоспособности
64. Выделите основные внутренние и внешние факторы обеспечения конкурентоспособности организации
65. Охарактеризуйте уровни обеспечения конкурентоспособности организаций
66. Какова основа динамического подхода к оценке конкурентоспособности организаций?
67. В чем заключаются основные преимущества комбинированных методов при оценке конкурентоспособности?