

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 Документ подписан простым электронным подписью
 Информация о владельце: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 ФИО: Игнатенко Виталий Иванович высшего образования
 Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике
 Дата подписания: 24.06.2025 10:21:56 «Заполяный государственный университет им. Н.М. Федоровского»
 Уникальный программный ключ: (ЗГУ)
 a49ae343af5448d45d7e3e1e499659da8109ba78

УТВЕРЖДАЮ
 Проректор по ОД и МП
 _____ Игнатенко В.И.

Анализ прогнозирования рыночной конъюнктуры рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой Экономика, менеджмент и организация производства
 Учебный план 38.03.01_бак_оч-заоч_ЭК 2025+.plx
 Направление подготовки: Экономика
 Квалификация бакалавр
 Форма обучения очно-заочная
 Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Часов по учебному плану 108
 в том числе:
 аудиторные занятия 16
 самостоятельная работа 92

Виды контроля в семестрах:
 зачеты 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестрна курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	14			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	8	8	8	8
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	92	92	92	92
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.э.н., доцент *Е.В. Трифонов* _____

Рабочая программа дисциплины

Анализ прогнозирования рыночной конъюнктуры

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: Экономика

утвержденного учёным советом вуза от 01.01.2025 протокол № 00-00.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от 17.03.2025г. № 7

Срок действия программы: 2025-2030 уч.г.

Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова _____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова _____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова _____ 2028 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова _____ 2029 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2029 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью изучения дисциплины «Анализ прогнозирования рыночной конъюнктуры» является овладение методикой расчета прогнозов и анализа конъюнктуры рынка.
1.2	
1.3	Задачи дисциплины «Анализ прогнозирования рыночной конъюнктуры»:
1.4	- формирование у обучающихся методологии изучения рынка и его конъюнктуры;
1.5	- формирование у обучающихся практических навыков по разработке и расчету прогнозов, решению задач по анализу прогнозирования рыночной конъюнктуры.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Учебная (ознакомительная) практика	
2.1.2	Учебная (ознакомительная) практика	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Учебная (ознакомительная) практика	
2.2.2	Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика	
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.4	Производственная (преддипломная) практика	
2.2.5	Учебная (ознакомительная) практика	
2.2.6	Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика	
2.2.7	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.8	Производственная (преддипломная) практика	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ(МОДУЛЯ)

ОПК-3.2: Способен анализировать, прогнозировать и содержательно объяснять природу экономических процессов при формировании рыночной конъюнктуры

Знать:

Уметь:

Владеть:

ОПК-2.4: Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ больших данных с использованием цифровых инструментов

Знать:

Уметь:

Владеть:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные категории теории анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков; функции, типологию и структуру рынков, содержание, направления и показатели конъюнктурного анализа и прогнозирования товарного рынка;
3.1.2	основные параметры рыночной конъюнктуры (емкость рынка, конкурентоспособность товара, услуги, хозяйствующего субъекта, региона; и пр.);
3.1.3	процедуру и правила составления бухгалтерских, финансовых, статистических форм сбора данных для изучения показателей рыночной конъюнктуры;
3.1.4	параметры рыночной конъюнктуры, на основе которых можно оценить состояние рынка составить прогноз развития рыночной конъюнктуры;
3.1.5	назначение и особенности различных методов сбора информации, проведения анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; процедуру и правила составления форм сбора данных для изучения рыночных процессов и явлений в хозяйствующих субъектах.
3.1.6	
3.2	Уметь:
3.2.1	осуществлять сбор и обработку аналитических данных для определения основных экономических показателей, характеризующих рыночную конъюнктуру;

3.2.2	использовать информацию, полученную в результате рыночных исследований для обоснования управленческих решений;
3.2.3	применять различные подходы к исследованию состояния рынка; оценивать состояние конъюнктуры рынка, анализировать и прогнозировать рыночную конъюнктуру;
3.2.4	осуществлять поиск, сбор, систематизацию и обработку информации о конъюнктуре товарного рынка; разрабатывать формы для сбора данных о различных параметрах рыночной конъюнктуры.
3.3	Владеть:
3.3.1	терминологическим аппаратом теории анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков;
3.3.2	методикой оценки тен-денций и перспектив развития рынка на основе ключевых параметров рыночной конъюнктуры;
3.3.3	методами исследования, анализа, прогнозирования рыночной конъюнктуры;
3.3.4	методикой сбора и обработки информации для проведения конъюнктурного исследования реальных и денежных рынков.
3.3.5	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр /Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. семестр 8						
1.1	Тема 1. Предмет и метод конъюнктурных исследований и методов прогнозирования /Лек/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2Л1.3Л2.1Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.2	Изучение конъюнктуры рынка - составная часть маркетинговой деятельности. Современные фонды проявления рыночных отношений. Классификация рынков. Характерные особенности экономической конъюнктуры рынка. Рыночные факторы и их учет - важнейшие условия для оценки перспектив развития производства товаров (услуг), сбыта, увеличения прибыли, совершенствования технико-экономической и финансовой работы предприятия в условиях рыночных отношений и методов прогнозирования. /Пр/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2Л1.3Л2.1Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.3	Тема 1. Предмет и метод конъюнктурных исследований и методов прогнозирования /Ср/	7	12	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2Л1.3Л2.1Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.4	Тема 2. Условия формирования и развития экономической конъюнктуры. Методические основы выбора критериев и показателей рыночной конъюнктуры. /Лек/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2Л1.3Л2.1Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

1.5	Общие условия формирования конъюнктуры рынка. Схема фаз циклов производства — основа конъюнктурных колебаний. Условия развития экономической конъюнктуры и их классификация. Содержание понятий "критерий" и "показатель", их отличительные признаки и классификация. Методические основы выбора критериев и показателей рыночной конъюнктуры, практика использования их предприятием при анализе рыночных проблем. Методы включения показателей рыночной конъюнктуры в планы-прогнозы и бизнес-планы предприятия, условия неопределённости, их виды. /Пр/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2Л1.3Л2.1Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.6	Тема 2. Условия формирования и развития экономической конъюнктуры. Методические основы выбора критериев и показателей рыночной конъюнктуры. /Ср/	7	11	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2Л1.3Л2.1Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.7	Тема 3. Спрос и предложение, вероятностные оценки их отношений. Ёмкость рынка. /Лек/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2Л1.3Л2.1Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.8	Понятие "спрос" и "предложение", вероятностные оценки их отношений. Рыночное равновесие и факторы его обуславливающие. Соотношение между спросом и предложением - основной показатель рыночной конъюнктуры. Замеры и прогнозирование спроса. Принципы формирования и методы балансированности спроса и предложения. "Кривая спроса" и факторы ее изменения. Ценовая эластичность спроса и предложения. Ёмкость рынка. /Пр/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2Л1.3Л2.1Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.9	Тема 3. Спрос и предложение, вероятностные оценки их отношений. Ёмкость рынка. /Ср/	7	12	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2Л1.3Л2.1Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.10	Тема 4. Вопросы ценообразования в теории и практике экономической конъюнктуры как мера устойчивости рынка. /Лек/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2Л1.3Л2.1Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

1.11	Классификация ценообразующих факторов и их влияния на формирование рыночной конъюнктуры. Виды и экономическая характеристика цен, методология и этапы определения рыночного уровня. Влияние монополий на установление цены. Влияние конкуренции на цены. Административные и экономические методы регулирования рыночных цен. Система ценообразования, основные виды ценовой стратегии. Практические рекомендации по установлению выгодной для предприятия цены производимого товара (услуги) и выбору стратегии ценообразования на перспективу. /Пр/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.12	Тема 4. Вопросы ценообразования в теории и практике экономической конъюнктуры как мера устойчивости рынка. /Ср/	7	11	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.13	Тема 5. Организационные предпосылки конъюнктурных исследований товарных рынков /Лек/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.14	Системный подход к исследованию товарного рынка. Информационное обеспечение конъюнктурных исследований. Система маркетинговой информации (отечественный и зарубежный опыт). Технология полевых рыночных исследований. Виды рыночных конъюнктурных исследований. Использование результатов комплексного изучения товарного рынка при разработке перспективной сбытовой программы предприятия. /Пр/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.15	Тема 5. Организационные предпосылки конъюнктурных исследований товарных рынков /Ср/	7	12	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.16	Тема 6. Анализ и прогноз конъюнктуры рынка. Методы и модели построения прогнозных тенденций. /Лек/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

1.17	Прогноз конъюнктуры: понятие прогноза и цели прогнозирования; разновидности прогнозов конъюнктуры, методы прогнозирования (прогнозирование элементов рынка методом экстраполяции динамических рядов; прогнозирование элементов рынка методом интерполяции динамических рядов; прогнозирование элементов рынка с использованием коэффициентов эластичности спроса; прогнозирование элементов рынка с помощью экономико-математических моделей; прогнозирование элементов рынка с использованием структурного моделирования; прогнозирование элементов рынка методом экспертных оценок), методика прогноза конъюнктуры. Конъюнктурные обзоры, их структура и практика разработки. /Пр/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.18	Тема 6. Анализ и прогноз конъюнктуры рынка. Методы и модели построения прогнозных тенденций. /Ср/	7	11	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.19	Тема 7. Оценка производственно-ресурсных и экспортных возможностей предприятия; статистическая матрица возможностей	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.20	Показатели, характеризующие экономический потенциал предприятия и его финансовую деятельность. Анализ стратегии предпринимательской, оценка качества маркетинговой и коммерческой работы на предприятии. Анализ организационной и плановой системы предприятия и его информационной инфраструктуры. Характеристика конкурентной позиции предприятия. /Пр/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.21	Тема 7. Оценка производственно-ресурсных и экспортных возможностей предприятия; статистическая матрица возможностей	7	12	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.22	Тема 8. Использование товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в формировании выгодной для предприятия конъюнктуры рынка. Оценка надёжности прогноза; вероятностная его оценка по доверительной вероятности. /Лек/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.23	Важнейшие элементы товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики, их классификация и характеристика, а также политика использования в формировании выгодной для предприятия рыночной конъюнктуры. /Пр/	7	1	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

1.24	Тема 8. Использование товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в формировании выгодной для предприятия конъюнктуры рынка. Оценка надёжности прогноза; вероятностная его оценка по достоверительной вероятности. /Ср/	7	11	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.25	/Зачёт/	7	0	ОПК-3.2 ОПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Контрольные вопросы к зачету

1. Понятие рынка, классификация рынков. Конъюнктура рынка как составная часть маркетинговой деятельности.
2. Характерные особенности экономической конъюнктуры рынка.
3. Рыночные факторы и их учет как важнейшие условия для оценки перспектив развития производства товаров (услуг), сбыта, увеличения прибыли.
4. Схема фаз цикла воспроизводства как основа конъюнктурных колебаний.
5. Условия развития экономической конъюнктуры и их классификация.
6. Методические основы выбора критериев и показателей рыночной конъюнктуры, практика использования их предприятием при анализе рыночных проблем.
7. Методы включения показателей рыночной конъюнктуры в планы-прогнозы и бизнес-планы предприятия, условия неопределённости, их виды.
8. Понятие "спрос" и "предложение", вероятностные оценки их отношений. Рыночное равновесие и факторы его обуславливающие.
9. Соотношение между спросом и предложением как основной показатель рыночной конъюнктуры. Замеры и прогнозирование спроса. Принципы формирования и методы балансированности спроса и предложения.
10. Классификация ценообразующих факторов и их влияния на формирования рыночной конъюнктуры.
11. Виды и экономическая характеристика цен, методология и этапы определения их рыночного уровня.
12. Административные и экономические методы регулирования рыночных цен.
13. Система ценообразования, основные виды ценовой стратегии.
14. Системный подход к исследованию товарного рынка.
15. Информационное обеспечение конъюнктурных исследований.
16. Виды рыночных конъюнктурных исследований.
17. Использование результатов комплексного изучения товарного рынка при разработке перспективной сбытовой программы предприятия.
18. Формы и методы анализа конъюнктуры и ее показатели.
19. Прогноз конъюнктуры: понятие прогноза и цели прогнозирования: разновидности прогнозов конъюнктуры.
20. Методы прогнозирования (прогнозирование элементов рынка методом экстраполяции динамических рядов; прогнозирование элементов рынка методом интерполяции динамических рядов; прогнозирование элементов рынка с использованием коэффициентов эластичности спроса; прогнозирование элементов рынка с помощью экономико-математических моделей; прогнозирование элементов рынка с использованием структурного моделирования; прогнозирование элементов рынка методом экспертных оценок).
21. Методика прогноза конъюнктуры. Конъюнктурные обзоры, их структура и практика разработки.
22. Общая характеристика и последовательность изучения производственно-ресурсных и экспортных возможностей предприятия.
23. Важнейшие элементы товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики, их классификация и характеристика.
24. Политика использования в формировании выгодной для предприятия рыночной конъюнктуры.

5.2. Темы письменных работ

Не предусмотрены

5.3. Фонд оценочных средств

Тестовые задания

1. Основные понятия:
 - Определение конъюнктуры рынка (соотношение спроса и предложения, внешние факторы).
 - Виды конъюнктуры: благоприятная, неблагоприятная, циклическая.
 - Показатели конъюнктуры: проциклические, контрциклические, ациклические.
2. Методы анализа:
 - Этапы конъюнктурного анализа (наблюдение, дескриптивный анализ, моделирование).
 - Инструменты технического и фундаментального анализа на рынке ценных бумаг.
 - Роль статистических данных в прогнозировании рыночной динамики.

Практические задания**1. Расчетные задачи:**

- Анализ пропорциональности рынка через коэффициент эластичности спроса.
- Прогнозирование объема продаж на основе данных о динамике цен и доходов потребителей.
- Расчет индексов деловой активности (например, PMI) для оценки стабильности рынка.

2. Кейсы:

- Оценка конъюнктуры регионального рынка сельхозпродукции (данные: объемы производства, цены, спрос).
- Прогнозирование кризиса перепроизводства на основе анализа складских запасов и уровня монополизации.
- Анализ влияния сезонности на рынок строительных материалов.

Кейсы для групповой работы**1. Сценарии развития рынка:**

- Смоделируйте последствия роста ключевой ставки ЦБ для рынка потребительского кредитования.
- Разработайте антикризисный план для предприятия при падении спроса на 20% (учтите цены, логистику, запасы).

2. Анализ конкурентов:

- Определите рыночную долю компании на основе данных о товарообороте и числе сделок.
- Оцените риски монополизации в отрасли через индекс Херфиндаля-Хиршмана.

Устные вопросы**1. Теоретические аспекты:**

- Объясните взаимосвязь между уровнем безработицы и потребительским спросом.
- Как кредитно-финансовая политика государства влияет на конъюнктуру товарных рынков?

2. Практические навыки:

- Опишите алгоритм выявления скрытых кризисных тенденций через анализ цен и объемов производства.
- Какие отчеты необходимы для оценки устойчивости рынка (примеры: балансы, отчеты о прибылях).

Творческие задания**1. Презентации:**

- «Методы прогнозирования цен на нефть в условиях санкций» (используйте данные о спросе, запасах, геополитике).
- «Анализ конъюнктуры рынка электронной коммерции: тренды 2024 года».

2. Эссе:

- «Роль искусственного интеллекта в прогнозировании рыночных кризисов».
- «Сравнение механизмов регулирования конъюнктуры в ЕС и РФ».

1. Теория:

- Классификация факторов, влияющих на конъюнктуру (экономические, политические, социальные).
- Принципы формирования резервов для минимизации коммерческих рисков.

2. Практика:

- Как использовать данные о коэффициенте Джини для анализа неравномерности распределения доходов?
- Разработайте схему мониторинга конъюнктуры рынка услуг ЖКХ.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Практическая работа, тестирование, итоговый тест

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие, размещение	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Карпова Н. В.	Маркетинг: допущено УМО вузов в качестве учеб. пособия для студентов вузов	Старый Оскол: ТНТ, 2015	8
Л1.2	Синицына О.Н.	Маркетинг: допущено Советом УМО в качестве учеб. пособия для бакалавров	М.: Кнорус, 2016	10

	Авторы, составители	Заглавие, размещение	Издательство, год	Колич-во
Л1.3	Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е.	Маркетинговые исследования: допущено УМО в качестве учеб. пособия для студентов бакалавриата	М.: Изд.-торг. корпорация "Дашко и К", 2015	5

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, размещение	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Секерин В. Д.	Основы маркетинга: учеб. пособие; допущено УМО по образованию в качестве учеб. пособия для студентов вузов	М.: Кнорус, 2013	10
Л2.2	под ред. Е.М. Слепенковой	Маркетинговый анализ компаний на российских рынках: сборник научных студенческих статей	М.: Проспект, 2016	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Онлайн платформа ЗГУ https://learn.norvuz.ru/
Э2	Электронная библиотека ЗГУ http://biblio.norvuz.ru/MarcWeb2/Default.asp
Э3	Электронно-библиотечная система Лань https://e.lanbook.com
Э4	Цифровая библиотека IPRsmart https://www.iprbookshop.ru

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	MS Office Standard 2013 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
6.3.1.2	MS Windows XP (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
6.3.1.3	Ramus Educational (учебная версия)
6.3.1.4	Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)
6.3.1.5	MS Access 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Электронная библиотека ЗГУ (http://biblio.norvuz.ru/MarcWeb2/Default.asp)
6.3.2.2	Электронно-библиотечная система Лань (https://e.lanbook.com)
6.3.2.3	Цифровая библиотека IPRsmart (https://www.iprbookshop.ru)
6.3.2.4	Зарубежные электронные ресурсы издательства Springer Nature:
6.3.2.5	Springer Journals (http://link.springer.com)
6.3.2.6	Nature Journals (https://www.nature.com/siteindex)
6.3.2.7	Springer Nature Experiments (https://experiments.springernature.com/)
6.3.2.8	Springer Materials (http://materials.springer.com/)
6.3.2.9	zbMATH (http://zbmath.org)
6.3.2.10	Nano Database (https://nano.nature.com/)
6.3.2.11	Зарубежный электронный ресурс издательства Elsevier: ScienceDirect (https://www.sciencedirect.com/) FreedomCollection (https://www.sciencedirect.com/) Freedom Collection eBook collection (https://www.sciencedirect.com/)
6.3.2.12	Международная реферативная база данных Scopus: Scopus (SciVerse Scopus) (http://www.scopus.com)

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Аудитория: 424 –
7.2	компьютерный, мультимедийный класс (моноблок Acer e Machines EZ1711 – 8 комплектов); (проектор в комплекте Panasonic PT-vx51; экран настенный; 1 компьютер (Intel Pentium(R) G630 2.70GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 160 Гб) (для преподавателя))
7.3	Аудитория: 424 –
7.4	мультимедийный класс - персональный компьютер LG в комплекте (для преподавателя) (Intel Atom D525 1.80GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 160 Гб) ; мультимедийный проектор Panasonic; экран с электроприводом настенный; интерактивный экран; проектор Epson EB-485Wi широкоугольный ультракороткоф. интерактивный))

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины предполагает овладение материалами лекций, приобретение практических навыков работы, творческую работу при выполнении самостоятельных заданий.

Процесс по освоению всей совокупности теоретического и практического материала по дисциплине должен проходить в соответствии с предложенным планом.

Вместе с тем, каждая новая тема сначала объясняется преподавателем, рассматривается на примерах, затем для

закрепления полученных на занятии знаний студенты выполняют соответствующие упражнения и получают домашние задания. Полученные оценки за выполненные упражнения и домашние задания являются основой для выставления промежуточной и итоговой аттестации.

Изучение дисциплины помимо практической части включает лекционную. В ходе лекций раскрываются основные теоретические вопросы программы дисциплины, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются базовыми для подготовки к итоговой аттестации.

Для закрепления полученных теоретических и практических знаний студентам в течение всего учебного года предлагаются задания для самостоятельной работы. Консультирование по выполнению индивидуальных заданий проводится как непосредственно во время занятий, так и через электронный обмен сообщениями, посредством Интернет.

Контроль выполненных заданий осуществляется либо непосредственно на занятиях, либо на консультациях.

Наличие методических рекомендаций по изучению каждой темы, большого набора заданий для самостоятельной работы по закреплению изучаемого, тестов для контроля знаний по каждой теме позволяет повысить эффективность учебного процесса. Для подготовки к итоговой аттестации студентам рекомендуются учебники и практикумы, включающие терминологическую часть, вопросы для самоконтроля и тесты. Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины предполагает овладение материалами лекций, приобретение практических навыков работы на ПК в среде MSOffice, творческую работу при выполнении индивидуальных самостоятельных заданий.