

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный университет  
им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)**

**ИНСТИТУТ ПРАВА, ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ  
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

**СОГЛАСОВАНО**

**Руководитель образовательной  
программы \_\_\_\_\_ З.А. Мустафаева**

**«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**

**Директор института  
\_\_\_\_\_ Е.М.Машукова**

**«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
«МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ»**

**Направление подготовки**

**38.04.02 Менеджмент**

**Направленность (программа): "Управление маркетингом"**

**Квалификация (степень) выпускника  
Магистр**

**Форма обучения  
Очная (заочная, очно-заочная)**

**Нальчик 2022**

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговые исследования товарных рынков»  
/сост. Р.А.Токмакова – Нальчик: ФГБОУ КБГУ, 2022. - 29с.

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины вариативной части магистрантам очной (заочной) формы обучения по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Рабочая программа составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации 12 августа 2020 г. № 952.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО	4
3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	4
4. Содержание и структура дисциплины (модуля)	5
5. Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации	12
6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	21
7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)	23
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	24
9. Лист изменений (дополнений) в рабочей программе дисциплины (модуля)	26

## **1. Цели и задачи освоения дисциплины**

Курс «Маркетинговые исследования товарных рынков» является одной из основных учебных дисциплин для подготовки магистрантов направления 38.04.02 «Менеджмент» очной (заочной) формы обучения.

**Целями** освоения дисциплины «Маркетинговые исследования товарных рынков» являются:

- теоретическое освоение студентами экономических основ теории товарных рынков;

- приобретение ими практических навыков анализа применительно к исследованию рыночных структур и функционирования товарных рынков;

- ознакомление студентов с основными направлениями теоретических и эмпирических исследований в области теории отраслевых рынков и используемыми ими методами.

Изучение курса способствует формированию у магистрантов современного типа экономического мышления и поведения на основе выработки представлений о структуре и функциях основных звеньев рыночной экономики, логике и эффективности главных экономических процессов, принципах принятия оптимальных экономических решений, основах функционирования и взаимодействия субъектов экономики.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры**

В соответствии с учебными планами подготовки магистров, составленными с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта ВО, учебная дисциплина «Маркетинговые исследования товарных рынков» входит в перечень вариативных дисциплин модуля 3 по направлению подготовки 38.04.02- Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Курс является базовым для изучения следующих дисциплин: «Маркетинг менеджмент услуг «Брендинг», «Стандарты качества и сертификация» и др.

## **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Маркетинг» дисциплина «Маркетинговые исследования товарных рынков» направлена на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

### **1. Универсальных компетенций:**

УК-5 способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

Индикатор УК-5.2 способен учитывать разнообразие культур в условиях глобализации потребления.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

экономические основы товарных рынков; методы и принципы анализа рыночных структур; основные модели, применяемые при изучении рыночных структур; основные проблемы, возникающие при изменении рыночных структур; способы воздействия на рыночные структуры; инструментарий экономического анализа исследования рыночных структур; закономерности функционирования отраслей, рынков и фирм; отечественный и зарубежный опыт в области изучения рыночных структур; основные виды государственной отраслевой политики и пути повышения ее эффективности.

**Уметь:**

характеризовать статику и динамику структуры товарных рынков; проводить отраслевой анализ и анализ рыночных структур; исследовать и прогнозировать воздействие экономических агентов на рыночную ситуацию; оценивать эффективность мер государственной политики в отношении регулирования рынков и отраслей; использовать полученные знания в процессе последующего обучения и практической деятельности; уметь в письменной и устной форме логично оформлять результаты своих исследований, отстаивать свою точку зрения.

**Владеть:**

экономической терминологией и лексикой данной дисциплины; навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по теории товарных рынков и практикой ее развития; навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по данной проблематике.

**4. Содержание и структура дисциплины****Таблица 1. Содержание дисциплины**

	Наименование раздела	Содержание раздела	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Форма текущего контроля
	2	3	4	5
1.	Предмет и методология теории товарных рынков. Фирма в теории отраслевых рынков	Предмет дисциплины. Цели, задачи и методика изучения дисциплины. Сущность структуры отраслевого маркетинга. Специфические особенности отраслевого маркетинга. Товарный рынок. Понятие, задачи исследования. Историческое развитие теории отраслевых рынков. Микроэкономическая теория и теория цен в теории отраслевых рынков	УК-5	ДЗ; Р; Т; презентации; дискуссии
2	Сущность, виды, границы товарных рынков	Понятие и характерные признаки отраслевого рынка. Виды отраслевых рынков: открытые и замкнутые рынки, стихийные и организованные, глобальные и местные рынки. Границы отраслевого рынка:	УК-5	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации

		продуктовые, временные, локальные. Методы определения границ отраслевого рынка.		
3.	Структура отраслевого рынка	Структура отраслевого рынка. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка. Концентрация рынка. Оценка уровня концентрации на отраслевых рынках. Система требований к индексам концентрации. Кривые концентрации. Классификация отраслей по уровню концентрации.	УК-5	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
4	Барьеры входа на рынок и выхода с рынка	Определение барьеров входа на рынок и выхода с рынка. Виды нестратегических барьеров. Виды стратегических барьеров. Статистические показатели оценки уровня барьеров входа-выхода. Эффективность политики создания отраслевых барьеров. Классификация отраслевых рынков по высоте и эффективности барьеров. Барьеры входа - выхода в Российской экономике.	УК-5	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
5	Конкуренция и монополия в развитии товарных рынков	Проблема конкуренции в теории отраслевых рынков. Развитие представлений о конкуренции и ее роли. Квазиконкурентные рынки. Квазимонопольные рынки. Эффективность конкурентных рынков. Проблема монополизма в организации и регулировании отраслевых рынков. Формы проявления монополизма в российской экономике	УК-5	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
6	Дифференциация продукта	Определение и условия квазимонопольного поведения фирмы на рынке. Дифференциация товара как фактор квазимонопольного поведения фирмы. Виды дифференциации продукта. Факторы разнообразия товаров на российских рынках.	УК-5	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
7	Информация как фактор воздействия на рыночную	Асимметричная информация. Виды асимметрии информации на рынке. Модель Акерлофа.	УК-5	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации

	активность	Несовершенство информации о ценах. Асимметрия информации на рынке кредитов. Причины несовершенства информационной базы общества и фирмы. Способы устранения и способы усиления асимметрии ценовой информации.		ции
8	Поведение доминирующей фирмы на рынке	Определение доминирующей фирмы на рынке. Причины возникновения доминирующей фирмы. Модель доминирующей фирмы с барьерами входа. Доминирующая фирма и свободный вход. Эффективность и неэффективность доминирования. Доминирующая фирма в российской экономике.	УК-5	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
9	Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке	Классические модели олигополии. Классификация некооперативных стратегий поведения. Парадокс Бертрана. Модель Бертрана. Понятие картельного соглашения. Причины возникновения картелей.	УК-5	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
10	Ценовая дискриминация	Понятие ценовой дискриминации. Мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации. Типы ценовой дискриминации: совершенная ценовая дискриминация, ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки, ценовая дискриминация по группам потребителей. Экспорт как метод ценовой дискриминации третьего типа.	УК-5	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
11	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках	Понятие вертикальной интеграции и вертикальных ограничений. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти. Вертикальные взаимодействия в обществе (на примере разных отраслей). Виды вертикальной интеграции.	УК-5	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
12	Структуры рынка, патенты и	Патенты, их виды и патентная защита. Длительность и охват патентной защиты: проблема	УК-5	ДЗ; Р; Т; дискуссии;

	технологически инновации	компромисса. Технологические инновации. Условия стимулирования инновационной деятельности фирмы. Результаты лицензирования. Определение оптимального срока инноваций.		презентации
13	Естественная монополия	Естественная монополия: понятие, необходимые и достаточные условия наличия естественной монополии. Модель однопродуктовой и многопродуктовой естественной монополии. Регулирование отраслей естественной монополии. Цели и предпосылки регулирования естественных монополий. Тарифное регулирование. Использование ценовой дискриминации в регулировании.	УК-5	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
14	Государственная отраслевая политика	Политика государства по созданию эффективной структуры отраслевых рынков: сущность, цели, задачи. Типы отраслевой политики по используемым методам (пассивная, активная), по выдвинутым целям (защитная, наступательная) и их сочетание. Мировой опыт регулирования рыночных структур и проведения антимонопольной и конкурентной политики государства. Государственное регулирование конкурентных отношений и отраслевая политика в России	УК-5	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации

#### Структура дисциплины (модуля) «Маркетинговые исследования товарных рынков»

**Таблица 2. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов)**

Вид работы	Трудоемкость, часов
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>108 (3 з.е.)</b>
<b>Контактная работа:</b>	<b>34</b>
<i>Лекции (Л)</i>	17
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	17
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	
<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>65</b>



Вид работы	Трудоемкость, часов
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена
Расчетно-графическое задание (РГЗ)	5
Реферат (Р)	15
Самостоятельное изучение разделов	28
Эссе	10
Контрольная работа (КР)	7
Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	9
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>

**Таблица 2.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов) (ЗФО)**

Вид работы	Трудоемкость, часов
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>108 (3 з.е.)</b>
<b>Аудиторная работа:</b>	<b>6</b>
<i>Лекции (Л)</i>	2
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	4
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	
<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>98</b>
Контрольная работа(КР)	6
Расчетно-графическое задание (РГЗ)	
Реферат (Р)	10
Самостоятельное изучение разделов	76
Эссе	6
Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	4
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>

*Таблица 2.2. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов) ОЗФО*

Вид работы	Трудоемкость, часов / зачетных единиц	
	4 семестр	всего
<b>Общая трудоемкость (в зачетных единицах)</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Контактная работа (в часах):</b>	<b>26</b>	<b>26</b>
<i>Лекции (Л)</i>	<i>13</i>	<i>13</i>
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	<i>13</i>	<i>13</i>

Семинарские занятия (СЗ)	Не предусмотрены	Не предусмотрены
Лабораторные работы (ЛР)	Не предусмотрены	Не предусмотрены
<b>Самостоятельная работа (в часах):</b>	<b>73</b>	<b>73</b>
Расчетно-графическое задание		
Реферат (Р)	10	10
Эссе (Э)	6	6
Контрольная работа (КР)	26	26
Самостоятельное изучение разделов	31	31
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	9	9
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>

**Таблица 3. Лекционные занятия**

№ раздела	Содержание
1	Предмет и методология теории отраслевых рынков. Фирма в теории отраслевых рынков.
2	Сущность, виды, границы отраслевых рынков
3	Структура отраслевого рынка
4	Барьеры входа на рынок и выхода с рынка
5	Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков
6	Дифференциация продукта
7	Информация как фактор воздействия на рыночную активность
8	Поведение доминирующей фирмы на рынке
9	Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке
10	Ценовая дискриминация
11	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках
12	Структуры рынка, патенты и технологические инновации
13	Естественная монополия
14	Государственная отраслевая политика

**Таблица 4. Практические занятия**

№ раздела	Содержание
1	Предмет дисциплины. Цели, задачи и методика изучения дисциплины. Сущность структуры отраслевого маркетинга. Специфические особенности отраслевого маркетинга. Отраслевой рынок. Понятие, задачи исследования. Историческое развитие теории отраслевых рынков.

	Микроэкономическая теория и теория цен в теории отраслевых рынков
2	<p>Понятие и характерные признаки отраслевого рынка.</p> <p>Виды отраслевых рынков: открытые и замкнутые рынки, стихийные и организованные, глобальные и местные рынки.</p> <p>Границы отраслевого рынка: продуктовые, временные, локальные. Методы определения границ отраслевого рынка.</p>
3	<p>Структура отраслевого рынка. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка.</p> <p>Концентрация рынка. Оценка уровня концентрации на отраслевых рынках. Система требований к индексам концентрации. Кривые концентрации. Классификация отраслей по уровню концентрации.</p>
4	<p>Определение барьеров входа на рынок и выхода с рынка. Виды нестратегических барьеров. Виды стратегических барьеров. Статистические показатели оценки уровня барьеров входа-выхода. Эффективность политики создания отраслевых барьеров. Классификация отраслевых рынков по высоте и эффективности барьеров. Барьеры входа - выхода в Российской экономике.</p>
5	<p>Проблема конкуренции в теории отраслевых рынков. Развитие представлений о конкуренции и ее роли. Квazиконкурентные рынки. Квazимонопольные рынки. Эффективность конкурентных рынков.</p>
6	<p>Определение и условия квazимонопольного поведения фирмы на рынке. Дифференциация товара как фактор квazимонопольного поведения фирмы. Виды дифференциации продукта. Факторы разнообразия товаров на российских рынках.</p>
7	<p>Асимметричная информация. Виды асимметрии информации на рынке. Модель Акерлофа. Несовершенство информации о ценах. Асимметрия информации на рынке кредитов. Причины несовершенства информационной базы общества и фирмы. Способы устранения и способы усиления асимметрии ценовой информации.</p>
8	<p>Определение доминирующей фирмы на рынке. Причины возникновения доминирующей фирмы. Модель доминирующей фирмы с барьерами входа. Доминирующая фирма и свободный вход. Эффективность и неэффективность доминирования. Доминирующая фирма в российской экономике.</p>
9	<p>Классические модели олигополии. Классификация некооперативных стратегий поведения. Парадокс Бертрана. Модель Бертрана. Понятие картельного соглашения. Причины возникновения картелей.</p>
10	<p>Понятие ценовой дискриминации. Мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации. Типы ценовой дискриминации: совершенная ценовая дискриминация, ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки, ценовая дискриминация по группам потребителей. Экспорт как метод ценовой дискриминации третьего типа.</p>
11	<p>Понятие вертикальной интеграции и вертикальных ограничений. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти. Вертикальные взаимодействия в обществе (на примере разных отраслей). Виды вертикальной интеграции.</p>
12	<p>Патенты, их виды и патентная защита. Длительность и охват патентной</p>

	защиты: проблема компромисса. Технологические инновации. Условия стимулирования инновационной деятельности фирмы. Результаты лицензирования. Определение оптимального срока инноваций.
13	Естественная монополия: понятие, необходимые и достаточные условия наличия естественной монополии. Модель однопродуктовой и многопродуктовой естественной монополии. Регулирование отраслей естественной монополии. Цели и предпосылки регулирования естественных монополий. Тарифное регулирование. Использование ценовой дискриминации в регулировании
14	Политика государства по созданию эффективной структуры отраслевых рынков: сущность, цели, задачи. Типы отраслевой политики по используемым методам (пассивная, активная), по выдвинутым целям (защитная, наступательная) и их сочетание. Мировой опыт регулирования рыночных структур и проведения антимонопольной и конкурентной политики государства.

**Таблица 5. Лабораторные работы по дисциплине (модулю) – не предусмотрены**

**Таблица 6. Самостоятельное изучение разделов дисциплины (модуля)**

№ раздела	Содержание раздела
1	Фирма как агент рынка и ее влияние на отраслевую деятельность. Поведение фирмы в рыночной среде. Пассивное и активное поведение фирмы. Стратегическое взаимодействие фирм на рынке. Теория игр и развитие представлений о структуре рынков. Современная теория фирмы. Объяснение особенностей поведения фирм на отраслевых рынках.
2	Виды отраслевых рынков: открытые и замкнутые рынки, стихийные и организованные, глобальные и местные рынки. Пионерные, растущие, зрелые, затухающие рынки. Идентификация отраслевого рынка. Критерии идентификации. Границы отраслевого рынка: продуктовые, временные, локальные. Методы определения границ отраслевого рынка.
3	Система требований к индексам концентрации. Кривые концентрации. Коэффициенты концентрации. Индекс Херфиндала-Хиршмана. Дисперсия рыночных долей и логарифмов рыночных долей. Индекс энтропии. Индекс Ханна и Кея. Классификация отраслей по уровню концентрации.
4	Сравнительный анализ возможных барьеров входа фирм на рынок. Роль рынка капитала в создании барьеров входа на товарный рынок. Качество товара и реклама как стратегические барьеры входа на рынок.
5	Проблема монополизма в организации и регулировании отраслевых рынков. Потери общества от монопольной власти. Показатели монопольной власти. Коэффициент Бейна. Индекс Лернера. Коэффициент Тобина. Индекс Папандреу.
6	Модели пространственной дифференциации Хотеллинга и Салона. Модель Ланкастера
7	Причины несовершенства информационной базы общества и фирмы. Способы устранения и способы усиления асимметрии ценовой информации. Проблема

	негативного отбора и недобросовестного поведения фирмы на рынке. Решение проблемы негативного отбора: сигналы о качестве товаров
8	Лимитирующее ценообразование в условиях недальновидной и дальновидной стратегий доминирующей фирмы. Модель "самоубийственного" ценообразования. Неценовое поведение в условиях рынка с доминирующей фирмой. Дифференциация товара как фактор стратегического поведения доминирующей фирмы. Эффективность и неэффективность доминирования.
9	Классификация некооперативных стратегий поведения. Парадокс Бертрана. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом. Модели Эджворта, Курно, Штакельберга. Лидерство по Штакельбергу, как источник информации о рынке.
10	Типы ценовой дискриминации: совершенная ценовая дискриминация, ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки, ценовая дискриминация по группам потребителей. Экспорт как метод ценовой дискриминации третьего типа. Практика ценовой дискриминации: связанные продажи, определение комбинаций объема покупки – цены, сезонное ценообразование, скидки как метод ценовой дискриминации в российской торговле и промышленности, межвременная дискриминация.
11	Формы вертикальных ограничений на рынках: нелинейные цены, поддержание максимальной/минимальной цены, количественное фиксирование объема товара, система «исключительной территории», ограничение числа дистрибьюторов, совместное финансирование усилий по продвижению товара, связанные продажи. Оценка последствий вертикальной интеграции для экономики: изменение эффективности функционирования, технологические изменения, вертикальный внешний эффект, горизонтальный внешний эффект.
12	Взаимосвязи между структурой рынка и инновациями. Структура рынка и спрос на инновации. Шумпетерианский подход к монополии и спросу на инновации. Величина расходов на инновации продавца на конкурентом рынке и монополиста при отсутствии угрозы входа. Расходы на инновации укоренившегося продавца и потенциального новичка.
13	Неэффективность тарифного регулирования естественных монополий. Издержки регулирования. Воздействие регулирования на стимулы и издержки регулируемых компаний. Регулирование нормы доходности и эффект Аверча-Джонсона. Дерегулирование: проблема выделения естественно-монопольного компонента. Модели развития конкуренции на рынках естественной монополии. Вертикальное обособление и проблема доступа. Теория и практика эффективного составного ценообразования.
14	Политика государства по созданию эффективной структуры отраслевых рынков: сущность, цели, задачи. Типы отраслевой политики по используемым методам (пассивная, активная), по выдвинутым целям (защитная, наступательная) и их сочетание. Основные направления государственной отраслевой политики. Антимонопольная политика. Внешнеторговая политика

## 5. Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости

## **и промежуточной аттестации**

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

В ходе изучения дисциплины предусматриваются **текущий, рубежный контроль и промежуточная аттестация.**

**5.1. Оценочные материалы для текущего контроля.** Цель текущего контроля – оценка результатов работы в семестре и обеспечение своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающегося. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине

**Текущий контроль** успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины «Маркетинговое исследование товарных рынков» и включает: ответы на теоретические вопросы на практическом занятии, решение практических задач и выполнение заданий на практическом занятии, самостоятельное выполнение индивидуальных домашних заданий (например, решение задач) с отчетом (защитой) в установленный срок, написание докладов, рефератов, дискуссии.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателем (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания

### **5.1.1. Оценочные материалы для устного опроса (контролируемые компетенции УК-5)**

1. Взаимодействие фирм как система и классификация взаимодействий фирм.
2. Факторы рыночной структуры, влияющие на взаимодействия фирм в рыночной экономике.
3. Контрактные отношения российских предприятий как источник специфических черт переходной экономики.
4. Сравнительный анализ основных типов рыночных структур.
5. Проблемы конкурентоспособности отрасли в российской экономике.
6. Бартер как межфирменные отношения в переходной экономике.
7. Качество товара и реклама как стратегические барьеры входа на рынок.
8. Барьеры входа и теория квазиконкурентных рынков.
9. Особенности квазимонопольного поведения фирм на рынке.
10. Дифференциация товара как фактор квазимонопольного поведения фирмы на рынке.
11. Влияние асимметрии информации на структуру рынка.
12. Доминирующая фирма в российской экономике.
13. Особенности стратегического взаимодействия крупных фирм на российском рынке.
14. Сговор и картели в экономике России.
15. Стратегия и тактика ценообразования в практике западных фирм.
16. Ценовая дискриминация в экономике России.

### **Критерии формирования оценок (оценивания) устного опроса**

Устный опрос является одним из основных способов учёта знаний обучающегося по дисциплине. Развёрнутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения.

**В результате устного опроса, знания обучающегося оцениваются по следующей шкале:**

**4 балла**, ставится, если обучающийся:

- 1) полно излагает изученный материал, даёт правильное определение экономических понятий;
- 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 с точки зрения норм литературного языка.

**3 балла**, ставится, если обучающийся даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для балла «1», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

**2 балла**, ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

**0 баллов**, ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке.

Баллы могут ставиться не только за единовременный ответ, но и за рассредоточенный во времени, т.е. за сумму ответов, данных студентом на протяжении занятия

### **5.1.2. Оценочные материалы для выполнения рефератов (контролируемые компетенции УК-5)**

#### **Тематика рефератов**

1. Предмет и методология курса «Маркетинговое исследование товарных рынков».
2. Маркетинг в промышленности.
3. Маркетинг в агробизнесе.
4. Туристский маркетинг.
5. Маркетинг гостиничного хозяйства.
6. Маркетинг образовательных услуг.
7. Банковский маркетинг.
8. Маркетинг в страховом бизнесе.
9. Маркетинг в малом бизнесе.
10. Маркетинг кадрового обеспечения.
11. Маркетинг торговли.
12. Региональный, экологический и геополитический маркетинг.
13. Роль ярмарок и выставок в организации сбыта товаров и услуг.
14. Маркетинг на рынке средств производства.
15. Маркетинг в сфере услуг.
16. Маркетинг в рекламном бизнесе.
17. Паблик рилейшнз в системе маркетинга.
18. Брендинг.
19. Маркетинг на рынке изделий народных промыслов.
20. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности.
21. Маркетинг медицинских и санаторно-курортных учреждений.

## 22. Маркетинг в Интернете

### ***Методические рекомендации по написанию реферата***

**Реферат** – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

**Требования к реферату:** Общий объем реферата 20 листов (шрифт 14 TimesNewRoman, 1,5 интервал). Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунок MicrosoftWord (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками MicrosoftWord. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль

Обязательно наличие: содержания (структура работы с указанием разделов и их начальных номеров страниц), введения (актуальность темы, цель, задачи), основных разделов реферата, заключения (в кратком, резюмированном виде основные положения работы), списка литературы с указанием конкретных источников, включая ссылки на Интернет-ресурсы.

В тексте ссылка на источник делается путем указания (в квадратных скобках) порядкового номера цитируемой литературы и через запятую – цитируемых страниц.

**Уровень оригинальности текста – 60%**

### ***Критерии оценки реферата:***

«отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к выполнению сложных заданий, организационные способности. Отмечается способность к публичной коммуникации. Документация представлена в срок. Полностью оформлена в соответствии с требованиями

«хорошо» – выполнены основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. Обучающийся достаточно полно, но без инициативы и творческих находок выполнил возложенные на него задачи. Документация представлена достаточно полно и в срок, но с некоторыми недоработками

«удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод. Обучающийся выполнил большую часть возложенной на него работы. Допущены существенные отступления. Документация сдана со значительным опозданием (более недели). Отсутствуют отдельные фрагменты.

«неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Обучающийся не выполнил свои задачи или выполнил лишь отдельные несущественные поручения. Документация не сдана.



### **5.1.3. Оценочные материалы для выполнения докладов по дисциплине (контролируемые компетенции УК-5)**

**Доклад** – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

#### **Примерная тематика докладов**

1. Специфические особенности отраслевого маркетинга.
2. Взаимодействие внутренней и внешней среды предприятия.
3. Особенности анализа и прогнозирования развития отраслевых рынков.
4. Улучшение позиции в конкурентной борьбе.
5. Аналитическая функция маркетинга на предприятии.
6. Производственная функция маркетинга на предприятии.
7. Сбытовая функция маркетинга на предприятии.
8. Функция управления и контроля маркетинга на предприятии.
9. Особенности агромаркета.
10. Коммерческий и социальный маркетинг в сфере культуры.
11. Концепция маркетинга в туризме.
12. Специфика гостиничных услуг.
13. Маркетинговое планирование гостиничного сектора.
14. Характерные черты продукта образовательных учреждений.
15. Оценка рынка автомобильной промышленности.
16. Банковский маркетинг: специфика и перспективы.
17. Задачи маркетинга кадрового обеспечения.
18. Основные принципы маркетинга в страховании.
19. Особенности комплекса маркетинга образовательных услуг.
20. Комплекс маркетинга в деятельности российских банков.
21. Информационное обеспечение и маркетинговые исследования на рынке труда.
22. Экологический маркетинг на уровне предприятия.

#### **Требования к докладу:**

Общий объём доклада 10-15 листов (шрифт 14 Times New Roman, 1,5 интервал). Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунок Microsoft Word (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль

Обязательно наличие: содержания (структура работы с указанием разделов и их начальных номеров страниц), введения (актуальность темы, цель, задачи), основных разделов, заключения (в кратком, резюмированном виде основные положения работы), списка литературы с указанием конкретных источников, включая ссылки на Интернет-ресурсы.

В тексте ссылка на источник делается путем указания (в квадратных скобках) порядкового номера цитируемой литературы и через запятую – цитируемых страниц. Уровень оригинальности текста – 50%

#### **Критерии оценки доклада:**

«отлично» ставится, если обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к выполнению сложных заданий, организационные способности. Отмечается способность к публичной коммуникации. Документация представлена в срок. Полностью оформлена в соответствии с требованиями

«хорошо» – обучающийся достаточно полно, но без инициативы и творческих находок выполнил возложенные на него задачи. Документация представлена достаточно полно и в срок, но с некоторыми недоработками

«удовлетворительно» – обучающийся выполнил большую часть возложенной на него работы. Допущены существенные отступления. Документация сдана со значительным опозданием (более недели). Отсутствуют отдельные фрагменты.

«неудовлетворительный (ниже порогового) уровень компетенции» – обучающийся не выполнил свои задачи или выполнил лишь отдельные несущественные поручения. Документация не сдана.

**5.2. Оценочные материалы для рубежного контроля.** Рубежный контроль осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится *три таких контрольных мероприятия по графику*.

В качестве форм рубежного контроля можно использовать тестирование (письменное или компьютерное), проведение коллоквиума или контрольных работ. Выполняемые работы должны храниться на кафедре течении учебного года и по требованию предоставляться в Управление контроля качества. На рубежные контрольные мероприятия рекомендуется выносить весь программный материал (все разделы) по дисциплине.

#### **5.2.1. Оценочные материалы для индивидуального контрольного задания (контролируемые компетенции УК-5)**

Для выполнения задания обучающимся необходимо заранее самостоятельно выбрать определенный отраслевой рынок России, которая в дальнейшем станет объектом контрольного задания.

Рекомендовано выбирать сферу, совпадающую или смежную с темой магистерской диссертации студента. Тема согласуется и уточняется с преподавателем. Студентом предоставляется письменный план выполнения задания, в котором сформулированы основные требования к работе и её оформлению.

Целью работы является закрепление знаний и навыков поиска информации в различных открытых источниках, а также анализа, оценки товарного рынка в ходе исследования данного рынка.

Структура задания:

1. Составить план кабинетного исследования по выбранной теме: определить, какую информацию и где в открытых источниках искать для характеристики текущей ситуации в определенной сфере.
2. Найти максимальное число открытых источников информации из каждой группы источников, для характеристики ситуации в выбранной сфере. Для каждого упомянутого источника — оценить релевантность, достоверность и удобство использования информации.
3. Дать краткое описание выбранной отрасли; определить ключевые моменты, проанализировать особенности отрасли ; определить субъекты воздействия на ситуацию на рынке и смочь выделить несколько направлений или рекомендаций совершенствования ситуации в выбранной отрасли.

Результаты выполнения задания, допущенные ошибки и сложности в работе с источниками преподаватель разбирает со слушателями в ходе аудиторного занятия.

**Критерии формирования оценок по индивидуальным контрольным заданиям :**

*Отлично* - обучающийся показал глубокие знания материала по поставленным

вопросам, грамотно, логично его излагает, структурировал и детализировал информацию, избегая простого повторения информации из текста, информация представлена в переработанном виде. Свободно использует необходимые методы при выполнении задания;

*Хорошо* - обучающийся твердо знает материал, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в процессе выполнения задания ;

*удовлетворительно* - обучающийся имеет знания основного материала по поставленным вопросам, но не усвоил его деталей, допускает отдельные неточности при решении задач;

*неудовлетворительно* – обучающийся допускает грубые ошибки в ответе на поставленные вопросы и при выполнении задания

### **5.3. Оценочные материалы для промежуточной аттестации.**

Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Осуществляется в конце семестра и представляет собой итоговую оценку знаний по дисциплине «Маркетинговое исследование товарных рынков» в виде проведения экзамена.

Промежуточная аттестация может проводиться в устной, письменной форме, и в форме тестирования. На промежуточную аттестацию отводится до 30 баллов.

## **ВОПРОСЫ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЭКЗАМЕН (КОНТРОЛИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ УК-5)**

### **ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ**

1. Взаимодействие фирм как система и классификация взаимодействий фирм.
2. Факторы рыночной структуры, влияющие на взаимодействия фирм в рыночной экономике.
3. Контрактные отношения российских предприятий как источник специфических черт переходной экономики.
4. Сравнительный анализ основных типов рыночных структур.
5. Проблемы конкурентоспособности отрасли в российской экономике.
6. Бартер как межфирменные отношения в переходной экономике.
7. Качество товара и реклама как стратегические барьеры входа на рынок.
8. Барьеры входа и теория квазиконкурентных рынков.
9. Особенности квазимонопольного поведения фирм на рынке.
10. Дифференциация товара как фактор квазимонопольного поведения фирмы на рынке.
11. Влияние асимметрии информации на структуру рынка.
12. Доминирующая фирма в российской экономике.
13. Особенности стратегического взаимодействия крупных фирм на российском рынке.
14. Сговор и картели в экономике России.
15. Стратегия и тактика ценообразования в практике западных фирм.
16. Ценовая дискриминация в экономике России.
17. Психологические особенности ценообразования и последствия ценовой дискриминации для общественного благосостояния.
18. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти.
19. Альтернативные формы расчетов как фактор вертикальной интеграции.
20. Особенности функционирования естественных монополий в России.
21. Проблемы национализации и приватизации отраслей естественной монополии.

22. Теории и методы оценки потерь общественного благосостояния в условиях монополии.
23. Способы создания и поддержания монополии в отрасли.
24. Эволюция антимонопольного законодательства в развитых странах.
25. Влияние асимметрии информации на структуру рынка.

**Критерии формирования оценок по промежуточной аттестации:**

**«отлично»** – получают обучающиеся, которые свободно ориентируются в материале и отвечают без затруднений. Обучающийся способен к выполнению сложных заданий, постановке целей и выборе путей их реализации. Работа выполнена полностью без ошибок, решено 100% задач;

**«хорошо»** – получают обучающиеся, которые относительно полно ориентируются в материале, отвечают без затруднений, допускают незначительное количество ошибок. Обучающийся способен к выполнению сложных заданий. Работа выполнена полностью, но имеются не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов. Допускаются незначительные неточности при решении задач, решено 70% задач;

**«удовлетворительно»** – получают обучающиеся, у которых недостаточно высок уровень владения материалом. В процессе ответа на экзамене допускаются ошибки и затруднения при изложении материала. Обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой. Обучающийся затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, дает неполный ответ, решено 55% задач;

**«неудовлетворительно»** – получают обучающиеся, которые допускают значительные ошибки. Обучающийся имеет лишь начальную степень ориентации в материале. В работе число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы. Обучающийся дает неверную оценку ситуации, решено менее 50% задач.

**6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Максимальная сумма (100 баллов), набираемая студентом по дисциплине включает две составляющие:

– *первая составляющая* – оценка регулярности, своевременности и качества выполнения студентом учебной работы по изучению дисциплины в течение периода изучения дисциплины (семестра, или нескольких семестров) (сумма – не более 70 баллов). Баллы, характеризующие успеваемость студента по дисциплине, набираются им в течение всего периода обучения за изучение отдельных тем и выполнение отдельных видов работ.

– *вторая составляющая* – оценка знаний студента по результатам промежуточной аттестации (не более 30 –баллов).

Критерием оценки уровня сформированности компетенций в рамках учебной дисциплины является зачет.

**Целью промежуточных аттестаций** по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.

**Критерии оценки качества освоения дисциплины**

**Оценка «отлично»– от 91 до 100 баллов** – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы. Все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному. На экзамене студент демонстрирует глубокие знания предусмотренного

программой материала, умеет четко, лаконично и логически последовательно отвечать на поставленные вопросы.

**Оценка «хорошо» – от 81 до 90 баллов** – теоретическое содержание курса освоено, необходимые практические навыки работы сформированы, выполненные учебные задания содержат незначительные ошибки. На экзамене студент демонстрирует твердое знание основного (программного) материала, умеет четко, грамотно, без существенных неточностей отвечать на поставленные вопросы.

**Оценка «удовлетворительно» – от 61 до 80 баллов** – теоретическое содержание курса освоено не полностью, необходимые практические навыки работы сформированы частично, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки. На экзамене студент демонстрирует знание только основного материала, ответы содержат неточности, слабо аргументированы, нарушена последовательность изложения материала

**Оценка «неудовлетворительно» – от 36 до 60 баллов** – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий. На экзамене студент демонстрирует незнание значительной части программного материала, существенные ошибки в ответах на вопросы, неумение ориентироваться в материале, незнание основных понятий дисциплины.

**Типовые задания, обеспечивающие формирование компетенций УК-5 представлены в таблице 7.**

**Таблица 7. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке**

Результаты обучения (компетенции)	Основные показатели оценки результатов обучения	Вид оценочного материала
УК-5. способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия. Индикатор УК-5.2 способен учитывать разнообразие культур в условиях глобализации потребления	Владение Методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в профессиональной деятельности. Умение Использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в профессиональной деятельности Знание основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в профессиональной деятельности	Оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1) №1-7; разработка деловой игры, типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.2. №№1-16 и т.д.),  типовые задания к реферату (раздел 5.1.2. №№1-24 и т.д.),  примерные темы рефераты (раздел 5.1.3) №1-10; типовые оценочные материалы к индивидуальным контрольным заданиям (5.2.1), к зачету (раздел 5.3 №№1-25)

## **7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **7.1. Основная литература**

1.Верховец О.А. Теория отраслевых рынков [Электронный ресурс] : учебное пособие (для студентов, обучающихся по направлению «Экономика») / О.А. Верховец. — Электрон. текстовые данные. — Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 58 с. — 978-5-7779-1960-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59662.html>

2.Федорова А.Ю. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Ю. Федорова. — Электрон. текстовые данные. — СПб. : Университет ИТМО, 2016. — 92 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65374.html>

3.Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник / В.Т. Гришина [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2016. — 446 с. — 978-5-394-02263-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60439.html>

### **7.2. Дополнительная**

1. Верховец, О. А. Теория отраслевых рынков : учебное пособие (для студентов, обучающихся по направлению «Экономика») / О. А. Верховец. — Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 58 с. — ISBN 978-5-7779-1960-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/59662.html>
2. Самсонова, М. В. Экономика отраслевых рынков : практикум / М. В. Самсонова, Е. А. Белякова. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 135 с. — ISBN 978-5-7410-1183-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/33670.html>
3. Федорова, А. Ю. Экономика отраслевых рынков : учебное пособие / А. Ю. Федорова ; под редакцией С. Б. Смирнов. — СПб. : Университет ИТМО, 2016. — 92 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/65374.html>
4. Кондратов, М. В. Теория отраслевых рынков. Практикум : учебное пособие / М. В. Кондратов, Р. И. Гарипов. — 2-е изд. — Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 129 с. — ISBN 978-5-4486-0659-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81499.html>
5. Симченко, Н. А. Теория отраслевых рынков : учебное пособие / Н. А. Симченко, М. В. Горячих. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 148 с. — ISBN 978-5-4486-0786-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85752.html>

### **7.3Периодические издания**

22.Маркетинг в России и за рубежом.(в библиотеке КБГУ)

#### **7.4. Интернет-ресурсы**

При изучении дисциплины обучающиеся обеспечены доступом (удаленный доступ) к ресурсам:

– **общие информационные, справочные и поисковые:**

- Справочная правовая система «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>
- Справочная правовая система «Гарант» (в свободном доступе). URL: <http://www.garant.ru>;
- Справочная правовая система «Референт» (в свободном доступе). URL: <https://www.referent.ru/>

– **профессиональные базы данных:**

1. База данных Science Index (РИНЦ). URL: <http://elibrary.ru>
2. Научная электронная библиотека (НЭБ РФФИ). URL: <http://elibrary.ru>
3. Аналитическая и наукометрическая база данных Sciverse Scopus издательства «Elsevier. Наука и технологии». URL: <http://www.scopus.com>
4. Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных «Web of Science» (WOS). URL: <http://www.isiknowledge.com/>
5. Национальная электронная библиотека РГБ (имеется режим для людей с нарушением зрения (для слепых и слабовидящих). URL: <https://нэб.рф>
6. ЭБС «АйПиЭрбукс» (имеется режим для людей с нарушением зрения (для слабовидящих). URL: <http://iprbookshop.ru/>

– **Кроме того обучающиеся могут воспользоваться профессиональными поисковыми системами:**

1. Полнотекстовая база данных ScienceDirect: URL: <http://www.sciencedirect.com>.
2. Реферативная база данных зарубежных изданий по экономике EconLit: URL: <http://www.ebscohost.com>
3. Для эффективного усвоения дисциплины, помимо учебного материала, студентам необходимо пользоваться данными всемирной сети Интернет, такими сайтами, как:
4. Economicsonline <http://www.econline.h1.ru> - целью данного проекта является создание коллекции ссылок на ресурсы WWW, предоставляющие экономическую и финансовую информацию бесплатно в режиме онлайн. На сайте вы найдете каталог ссылок на лучшие экономические ресурсы, новости, информацию по экономической теории, финансам, статистике, архивы научных работ по экономике и т. д.
5. Economicus.Ru <http://economicus.ru> - экономический портал, главной целью которого является предоставление качественной информации по самому широкому спектру экономических дисциплин. Работы и биографии известных экономистов, профессиональный каталог экономических ресурсов Интернет, экономическая конференция, учебно-методические материалы для преподающих и изучающих экономику, подборка словарей, энциклопедий, справочников по самым разнообразным областям экономики, наиболее полное собрание лекций по экономической теории.
6. Электронная библиотека по бизнесу и финансам <http://www.finbook.biz/> - сайт предоставляет бесплатный доступ к электронным книгам по бизнесу, финансам, экономике.

### **7.5. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся - способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процесса преподавателей. Повышение роли самостоятельной работы обучающихся при проведении различных видов учебных занятий предполагает:

- оптимизацию методов обучения, внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих производительность труда преподавателя, активное использование информационных технологий, позволяющих обучающемуся в удобное для него время осваивать учебный материал;
- широкое внедрение компьютеризированного тестирования;
- совершенствование методики проведения практик и научно-исследовательской работы обучающихся, поскольку именно эти виды учебной работы в первую очередь готовят обучающихся к самостоятельному выполнению профессиональных задач;
- модернизацию системы курсового и дипломного проектирования, которая должна повышать роль студента в подборе материала, поиске путей решения задач.

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

В рамках курса выполняются следующие виды самостоятельной работы:

1. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
2. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
3. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

Необходимо отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала. Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом и выполняется в обязательном порядке. Задания предложены по каждой изучаемой теме и могут готовиться индивидуально или в группе. По необходимости студент может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

Для успешного самостоятельного изучения материала сегодня используются различные средства обучения, среди которых особое место занимают информационные технологии разного уровня и направленности: электронные учебники и курсы лекций, базы тестовых заданий и задач. Электронный учебник представляет собой программное средство, позволяющее представить для изучения теоретический материал, организовать апробирование, тренаж и самостоятельную творческую работу, помогающее студентам и



преподавателю оценить уровень знаний в определенной тематике, а также содержащее необходимую справочную информацию. Электронный учебник может интегрировать в себе возможности различных педагогических программных средств: обучающих программ, справочников, учебных баз данных, тренажеров, контролирующих программ.

Для успешной организации самостоятельной работы все активнее применяются разнообразные образовательные ресурсы в сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, лаборатории, при этом пользователю достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету для того, чтобы связаться с преподавателем, решать вычислительные задачи и получать знания. Использование сетей усиливает роль самостоятельной работы студента и позволяет кардинальным образом изменить методику преподавания.

Студент может получать все задания и методические указания через сервер, что дает ему возможность привести в соответствие личные возможности с необходимыми для выполнения работ трудозатратами. Студент имеет возможность выполнять работу дома или в аудитории. Большое воспитательное и образовательное значение в самостоятельном учебном труде студента имеет самоконтроль. Самоконтроль возбуждает и поддерживает внимание и интерес, повышает активность памяти и мышления, позволяет студенту своевременно обнаружить и устранить допущенные ошибки и недостатки, объективно определить уровень своих знаний, практических умений. Самое доступное и простое средство самоконтроля с применением информационно-коммуникационных технологий – это ряд тестов «on-line», которые позволяют в режиме реального времени определить свой уровень владения предметным материалом.

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

### **8.1. Требования к материально-техническому обеспечению**

Для реализации рабочей программы дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа имеются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия. По дисциплине «» имеются презентации по отдельным темам курса, позволяющие наиболее эффективно освоить представленный учебный материал.

При проведении занятий лекционного/ семинарского типа занятий используются:  
*лицензионное программное обеспечение:*

- Лицензия на офисное программное обеспечение МойОфис Стандартный;
- Лицензия на программное обеспечение средств антивирусной защиты Kaspersky End-point Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1000-1500 Node 1 year Educational Renewal License (KL4863RAVFQ);
- Права на программное обеспечение для работы с PDF-документами ABBYY FineReader 15 Business;

*свободно распространяемые программы:*

- 7Z – программа-архиватор;
- Adobe Acrobat Reader – программа для чтения PDF файлов;
- Mozilla Firefox, Yandex – интернет-браузеры.

## 8.2 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья университетом обеспечивается:

1. Альтернативная версия официального сайта в сети «Интернет» для слабовидящих;

2. Для инвалидов с нарушениями зрения (слабовидящие, слепые)

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь, дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; наличие средств для усиления остаточного зрения, брайлевской компьютерной техники, видеоувеличителей, программ невизуального доступа к информации, программ-синтезаторов речи и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями зрения;

- задания для выполнения на экзамене зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту обучающимся;

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху (слабослышащие, глухие):

- на зачете/экзамене присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- зачет/экзамен проводится в письменной форме;

4. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекты питания, туалетные и другие помещения университета, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений).

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента экзамен проводится в устной форме.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

### *Материально-техническое обеспечение дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья*

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Аудитория для самостоятельной работы и коллективного пользования специальными техническими средствами для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ в КБГУ, аудитория No 145 Главный корпус КБГУ.	- Комплект учебной мебели: столы и стулья для обучающихся (3 комплекта); Стол для инвалидов-колясочников (1 шт.); Компьютер с подключением к сети и программным обеспечением (3 шт.); Специальная клавиатура (с увеличенным размером клавиш, со специальной накладкой,	Продукты MICROSOFT(Desktop Education ALNG LicSaPk OLVS Academic Edition Enterprise) подписка (Open Value Subscription) No V 2123829 Kaspersky Endpoint Security Стандартный Russian Edition No Лицензии 17E0-180427-50836-287-197. Программы для создания и

	<p>ограничивающей случайное нажатие соседних клавиш) (1 шт.); Принтер для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля VP Columbia (1 шт.); Портативный тактильный дисплей Брайля «Focus 14 Blue» (совместимый с планшетными устройствами, смартфонами и ПК) (1 шт.); Бумага для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля, совместимого с принтером VP Columbia; Видеоувеличитель портативный HV-MVC, диагональ экрана – 3,5 дюйма (4 шт.); Сканирующая и читающая машина SARA-CE (1 шт.); Джойстик компьютерный адаптированный, беспроводной (3 шт.); Беспроводная Bluetooth гарнитура с костной проводимостью «AfterShokz Trekz Titanium» (1 шт.); Проводная гарнитура с костной проводимостью «AfterShokz Sportz Titanium» (2 шт.); Проводная гарнитура Defender (1 шт.); Персональный коммуникатор EN –101 (5 шт.); Специальные клавиатуры (с увеличенным размером клавиш, со специальной накладкой, ограничивающей случайное нажатие соседних клавиш); Клавиатура адаптированная с крупными кнопками + пластиковая накладка, разделяющая клавиши, Беспроводная Clevey Keyboard + Clevey Cove (3шт.); Джойстик компьютерный Joystick SimplyWorks беспроводной (3шт.); Ноутбук + приставка для ай-трекинга к ноутбуку PCEye Mini (1 шт.).</p>	<p>редактирования субтитров, конвертирующее речь в текстовый и жестовый форматы на экране компьютера: Майкрософт Диктейт: <a href="https://dictate.ms/">https://dictate.ms/</a>, Subtitle Edit, («Сурдофон» (бесплатные). Программа невидимого доступа к информации на экране компьютера JAWS for Windows (бесплатная); Программа для чтения вслух текстовых файлов (Tiger Software Suit (TSS)) (номер лицензии 5028132082173733); Программа экранного доступа с синтезом речи для слепых и слабовидящих (NVDA) (бесплатная).</p>
--	--	---

\*Специальные помещения - учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы

**Приложение 1**

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ (ДОПОЛНЕНИЙ)**

в рабочую программу по дисциплине «Маркетинговые исследования товарных рынков» по  
направлению подготовки 38.04.02 – Менеджмент; Профиль Маркетинг на \_\_\_\_\_  
учебный год

№п/п	Элемент (пункт) РПД	Перечень вносимых изменений (дополнений)	Примечание

Обсуждена и рекомендована на заседании кафедры менеджмента и  
маркетинга протокол № \_\_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

## Приложение 2

### Распределение баллов текущего и рубежного контроля

№п/п	Вид контроля	Сумма баллов			
		Общая сумма	1-я точка	2-я точка	3-я точка
1-	Посещение занятий	до 10 баллов	до 3 б.	до 3б.	до 4б.
2-	Текущий контроль:	до 30 баллов	до 10 б.	до 10 б.	до 10 б.
	Ответ на 5 вопросов	от 0 до 15 б.	от 0 до 5 б.	от 0 до 5 б.	от 0 до 5 б.
	Полный правильный ответ	до 15 баллов	5 б.	5 б.	5 б.
	Неполный правильный ответ	от 3 до 15 б.	от 1 до 5 б.	от 1 до 5 б.	от 1 до 5 б.
	Ответ, содержащий неточности, ошибки	0б.	0б.	0б.	0б.
	Выполнение самостоятельных заданий (решение задач, написание рефератов, доклад, эссе)	от 0 до 15 б.	от 0 до 5 б.	от 0 до 5 б.	от 0 до 5 б.
1.	Рубежный контроль	до 30 баллов	до 10 б.	до 10 б.	до 10 б.
	тестирование	от 0- до 12б.	от 0- до 4б.	от 0- до 4б.	от 0- до 4б.
	коллоквиум	от 0 до 18б.	от 0 до 6 б.	от 0 до 6 б.	от 0 до 6 б.
	Итого сумма текущего и рубежного контроля	до 70баллов	до 23б.	до 23б	до 24б
	Первый этап (базовый)уровень) – оценка «удовлетворительно»	не менее 36 б.	не менее 12 б.	не менее 12 б	не менее 12 б
	Второй этап (продвинутый)уровень) – оценка «хорошо»	менее 70 б. (51-69 б.)	менее 23 б	менее 23 б	менее 24б
	Третий этап (высокий уровень) - оценка «отлично»	не менее 70 б.	не менее 23 б.	не менее 23 б	не менее 24б

## Промежуточная аттестация

Семестр	Шкала оценивания			
	Неудовлетворительно (36-60 баллов)	Удовлетворительно (61-80 баллов)	Хорошо (81-90 баллов)	Отлично (91-100 баллов)
	<p>Студент имеет 36-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) не дал полного ответа ни на один вопрос.</p> <p>Студент имеет 36-45 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ только на один вопрос</p>	<p>Студент имеет 36-50 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ на один вопрос и частично (полностью) ответил на второй.</p> <p>Студент имеет 46-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ на один вопрос или частично ответил на оба вопроса.</p> <p>Студент имеет по итогам текущего и рубежного контроля 61-70 баллов на экзамене (диф. зачете) не дал полного ответа ни на один вопрос.</p>	<p>Студент имеет 51-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ на один вопрос и частично (полностью) ответил на второй.</p> <p>Студент имеет 61 – 65 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ на один вопрос и частично ответил на второй.</p> <p>Студент имеет 66-70 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ только на один вопрос.</p>	<p>Студент имеет 61-70 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ на один вопрос и частично (полностью) ответил на второй.</p>