

Рубцовский индустриальный институт (филиал)  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования  
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

**СОГЛАСОВАНО**

Декан ТФ

Ю.В. Казанцева

## **Рабочая программа дисциплины**

Код и наименование дисциплины: **Б1.В.ДВ.3.1 «Технологии анализа рынка»**

Код и наименование направления подготовки (специальности): **38.03.02**

**Менеджмент**

Направленность (профиль, специализация): **Производственный менеджмент**

Статус дисциплины: **элективные дисциплины (модули)**

Форма обучения: **очная**

<b>Статус</b>	<b>Должность</b>	<b>И.О. Фамилия</b>
Разработал	доцент	В.В. Углинская
Согласовал	Зав. кафедрой «ЭиУ»	В.В. Углинская
	руководитель направленности (профиля) программы	В.В. Углинская

г. Рубцовск

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

Компетенция	Содержание компетенции	Индикатор	Содержание индикатора
ПК-6	Способен анализировать рынок и выстраивать эффективные каналы сбыта промышленной продукции	ПК-6.1	Демонстрирует знание методов и технологий анализа рынка промышленной продукции

**2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Маркетинг, Промышленный маркетинг, Техничко-экономический анализ
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	Антикризисное управление, Проектное управление

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

Общий объем дисциплины в з.е. /час: 4 / 144

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Форма обучения	Виды занятий, их трудоемкость (час.)				Объем контактной работы обучающегося с преподавателем (час)
	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа	
очная	32	0	32	80	76

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

**Форма обучения: очная**

**Семестр: 7**

**Лекционные занятия (32ч.)**

**1. Понятие анализа рынка {дискуссия} (4ч.)[1,2,3,5,6]** Задачи исследования рынка. Типы исследований рынка. Распределение информации о рынке по

элементам маркетинговых решений и по видам маркетинговых решений. Методы и технологии анализа рынка промышленной продукции.

**2. Постановка проблемы исследования {дискуссия} (4ч.)[1,2,5,6]** Формулирование и оценка проблемы исследования рынка. План исследования рынка. Этапы процесса анализа рынка промышленной продукции, методы и технологии.

**3. Методы анализа информации о рынке {дискуссия} (4ч.)[1,2,3,4,5]** Методы анализа информации о рынке: статистические и экономико-математические методы. Обработка динамических рядов. Графический метод анализа. Индексный анализ. Корреляционный анализ. Регрессионный анализ. Дисперсионный анализ.

**4. Сбор данных {лекция с разбором конкретных ситуаций} (4ч.)[1,5,6]** Внутренняя и внешняя информация. Типы данные: первичные и вторичные данные. Преимущества и недостатки типов данных. Источники вторичных данных. Методы и технологии анализа рынка промышленной продукции.

**5. Методы сбора первичных данных {лекция с разбором конкретных ситуаций} (4ч.)[1,2,3,4]** Опрос. Виды опроса, преимущества и недостатки видов опроса. Наблюдение. Типы наблюдений. Экспертное интервью. Фокус-группа. Эксперимент.

**6. Инструменты анализа данных {дискуссия} (4ч.)[1,2,3]** Частотный анализ. Корреляционный анализ. Регрессия. Дисперсионный анализ. Факторный анализ. Кластерный анализ. Технологии анализа рынка промышленной продукции.

**7. Аналитические модели анализа рынка {дискуссия} (4ч.)[3,4,5]** Инструменты конкурентного анализа. Оценка рыночного потенциала. Оценка рисков.

**8. Составление отчета по результатам исследования {дискуссия} (4ч.)[1,2,7,8]** Элементы отчета по результатам исследования. Этапы подготовки отчета по результатам исследования. Презентация отчета.

### **Практические занятия (32ч.)**

**1. Понятие анализа рынка {беседа} (4ч.)[1,3,5]** Ознакомление с лекционным материалом по вопросам: Задачи исследования рынка. Типы исследований рынка. Распределение информации о рынке по элементам маркетинговых решений и по видам маркетинговых решений.

**2. Постановка проблемы исследования {переговоры и медиация} (4ч.)[1,2,5,6]** После ознакомления с лекционным материалом по темам раздела студенты распределяются на группы (не более 5 человек), с целью обсуждения процесса определения проблемы исследования, и разработки подхода, плана исследования. Студенты проводят сравнительный анализ основных типов исследований, обсуждают их назначение, основные варианты решаемых с их помощью задач.

**3. Методы анализа информации о рынке {беседа} (4ч.)[1,2,3,4,5,6,7]** Методы анализа информации о рынке: статистические и экономико-математические методы. Обработка динамических рядов. Графический метод анализа. Индексный анализ. Корреляционный анализ. Регрессионный анализ. Дисперсионный анализ.

**4. Сбор данных {дискуссия} (4ч.)[1,2,5,6]** Студенты индивидуально

выполняют задание, распределяя источники информации по типам.

**5. Методы сбора первичных данных {деловая игра} (4ч.)[1,2,3,4,5]** В рамках ознакомления с лекционным материалом по теме «Методы сбора первичных данных» студенты распределяются на группы (не более 5 человек). Цель занятия: проанализировать предлагаемый инструмент сбора данных на предмет наличия ошибок и недочётов.

**6. Инструменты анализа данных {беседа} (4ч.)[1,2,3]** В рамках ознакомления с лекционным материалом по теме студенты распределяются на подгруппы (не более 5 человек) с целью решения расчётных задач по основным видам количественного анализа данных: регрессионному, факторному и кластерному анализу.

**7. Аналитические модели анализа рынка {беседа} (2ч.)[1,2,3,4,5]** Работая индивидуально, студенты проводят конкурентный анализ для компании, обозначенной преподавателем. В качестве инструмента анализа студенты используют модель «5 сил Портера».

**8. Составление отчета по результатам исследования {дискуссия} (6ч.)[1,2,3,5,6]** В рамках занятия студенты проводят презентацию исследовательских проектов, подготовленных в рамках самостоятельной работы по курсу. В ходе презентации освещается проблема исследования, план реализованного исследовательского проекта, описание использованных методов сбора и обработки данных, а также выводы, сделанные на основе анализа и интерпретации собранных данных.

#### **Самостоятельная работа (80ч.)**

**1. Самостоятельное дополнительное изучение литературы по дисциплине(39ч.)[1,3,4,5,6]**

**2. Подготовка к опросам(27ч.)[1,2,3,4,5,6,7]**

**3. Подготовка к зачету(14ч.)[1,2,3,4,5,6,7]**

#### **5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде АлтГТУ:

1. Методические рекомендации студентам по изучению дисциплины "Технологии анализа рынка" / О.В. Асканова, Д.В. Ремизов, А.В. Сорокин, В.В. Углинская, Е.В. Дирша, И.В. Чугунова, О.А. Чиркова. – Рубцовск: РИИ, 2020.- 9с.  
URL:

[https://edu.rubinst.ru/resources/books/MR\\_po\\_distipline\\_\\_TEKHNOLOGII\\_ANALIZA\\_RYNKA.pdf](https://edu.rubinst.ru/resources/books/MR_po_distipline__TEKHNOLOGII_ANALIZA_RYNKA.pdf) (дата обращения 09.06.2024)

2. Углинская, В.В. Маркетинг: учебное пособие для студентов дневной и заочной форм обучения экономических направлений подготовки /В.В. Углинская;

Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск: РИИ, 2020. – 140 с. URL: [https://edu.rubinst.ru/resources/books/Uglinskaya\\_V.V.\\_Marketing\\_UP\\_2020.pdf](https://edu.rubinst.ru/resources/books/Uglinskaya_V.V._Marketing_UP_2020.pdf) (дата обращения 09.06.2024)

## **6. Перечень учебной литературы**

### **6.1. Основная литература**

3. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (дата обращения: 09.06.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.

4. Шевченко, Д. А. Маркетинговый анализ : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 220 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=688900> (дата обращения: 09.06.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3164-1. – DOI 10.23681/688900. – Текст : электронный.

### **6.2. Дополнительная литература**

5. Маркетинговый анализ : инструментарий и кейсы : учебник / под ред. Л. С. Латышовой. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 150 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697013> (дата обращения: 09.06.2024). – ISBN 978-5-394-05282-8. – DOI 10.29030/978-5-394-05282-8-2023. – Текст : электронный.

6. СклЯрова, О. А. Маркетинговый анализ : учебное пособие : [16+] / О. А. СклЯрова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. – 115 с. : табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567428> (дата обращения: 09.06.2024). – Библиогр.: с. 94-96. – ISBN 978-5-7972-2409-9. – Текст : электронный.

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

7. <http://www.marketing.spb.ru> (Энциклопедия маркетинга)

8. [www.mavtiz.ru](http://www.mavtiz.ru) (Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»)

## **8. Фонд оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролирующих материалов, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, которые хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном виде и в ЭИОС.

## 9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента.

№пп	Используемое программное обеспечение
1	LibreOffice
2	Windows
3	Антивирус Kaspersky

№пп	Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы
1	Национальная электронная библиотека (НЭБ) — свободный доступ читателей к фондам российских библиотек. Содержит коллекции оцифрованных документов (как открытого доступа, так и ограниченных авторским правом), а также каталог изданий, хранящихся в библиотеках России. ( <a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a> )

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения учебных занятий
помещения для самостоятельной работы

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».