

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОСТОЧНАЯ ЭКОНОМИКО-ЮРИДИЧЕСКАЯ
ГУМАНИТАРНАЯ АКАДЕМИЯ» (Академия ВЭГУ)**

ОДОБРЕНА

Ученым советом Академии ВЭГУ
(протокол от 28 июня 2021 г. , № 4)

УТВЕРЖДЕНА

приказом ректора Академии ВЭГУ
от 31.08. 2021 № 71/а

**Рабочая программа дисциплины
Маркетинговый анализ**

Кафедра: управления, информатики и общенаучных дисциплин

Основная образовательная программа: 38.03.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Производственный менеджмент».

1. Общая характеристика

1.1 Наименование

Данная учебная дисциплина называется «Маркетинговый анализ», включена в Реестр автономных дидактических компонентов Академии ВЭГУ и реализуется в рамках ООП Академии ВЭГУ: 38.03.02 Менеджмент (профиль: производственный менеджмент) по заочной форме обучения, в т.ч. с использованием электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

1.2 Цели реализации

1.2.1 В результате освоения данной дисциплины обучающийся должны овладеть знаниями, умениями и навыками в рамках формирования следующих компетенций:

- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

1.2.2 Обучающийся, освоивший данную дисциплину, должен знать:

- порядок анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании;
- экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.

1.2.3 Обучающийся, освоивший данную дисциплину, должен уметь:

- проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании;
- оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

1.2.4 Обучающийся, освоивший данную дисциплину, должен владеть:

- навыками проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании;
- навыками оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

1.3 Место в структуре ООП

1.3.1 Данная дисциплина относится к блоку Б1.В.11 обязательных дисциплин вариативной части изучается по заочной форме с применением ЭО и ДОТ - на 6 семестре (на 3 курсе) обучения.

1.3.2 Логически и содержательно-методически данная дисциплина связана с такими автономными дидактическими компонентами данной ООП как: статистика, эконометрика, теория менеджмента, деловые коммуникации, маркетинг, управление человеческими ресурсами, информатика, организационное поведение, управленческие решения, инновационный менеджмент, все виды практик.

1.3.3 Изучению данной дисциплины должно предшествовать освоение обучающимся программы: маркетинг, статистика, эконометрика, теория менеджмента, деловые коммуникации, управление человеческими ресурсами, информатика.

1.3.4 Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для прохождения обучения по программам: организационное поведение, управленческие решения, инновационный менеджмент, все виды практик.

1.4 Объем

1.4.1 Общий объем данной дисциплины (трудоемкость учебной нагрузки обучающегося при освоении программы, включающая в себя все виды его учебной деятельности, предусмотренные учебным планом для достижения планируемых результатов обучения) составляет: 5 зачетных единиц или 180 академических часов вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации с использованием сетевой формы, реализации по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении.

1.4.2 Объемы учебной нагрузки обучающегося при освоении программы дисциплины по видам учебной деятельности составляют:

Виды учебной деятельности	Объем, в академических часах		
	по очной форме обучения	по заочной форме обучения	По заочной форме с применением ЭО и ДОТ
Занятия лекционного типа	-	-	4
Занятия семинарского типа	-	-	-
Курсовое проектирование	-	-	3
Индивидуальная работа с обучающимся	-	-	4
Самостоятельная работа обучающегося	-	-	139
Аттестация	-	-	30
Всего	-	-	180

2. Структура и содержание

2.1 Содержание разделов и тем

Разделы и темы		Содержание (дидактические единицы)	Учебные занятия	
Наименование			По заочной форме с применением ЭО и ДОТ	
			Виды	Объем, академических часов
2		3	4	5
1	Мультиатрибутивная модель товара. Модель жизненного цикла товара	Макро- и микроатрибуты, объективные характеристики товара. Компоненты мультиатрибутивной модели: структура, весовые коэффициенты, способ оценки получаемых благ. Определение функции полезности товара. Процедуры расчета полезности товара для компенсационного и некомпенсационного способа оценки получаемых благ. Периоды жизненного цикла спроса и их характеристики. Жизненные циклы спроса, технологии и товаров. Жизненный цикл товара: основные характеристики, цели и стратегии	Занятия лекционного типа	0,5

		маркетинга.		
		Сущность макро- и микроатрибутов товара, объективных характеристик товара. Понятие мультиатрибутивной модели товара. Определение функции полезности товара. Расчет полезности товара для компенсационного и некомпенсационного способов оценки получаемых благ.	Индивидуальная работа с обучающимися	0,5
		– проработка конспекта лекции; – анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц); – подготовка к практическому занятию; – подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.; – подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)	Самостоятельная работа обучающегося	21
2	Информационное обеспечение модели. Позиционирование предложения, оценка конкурентоспособности и товаров	Определение структуры мультиатрибутивной модели товара. Определение значения желаемых потребителем характеристик товара и не нормативных условий входа товара на рынок. Определение значения весовых коэффициентов, отражающих приоритеты учитываемых покупателем благ. Координаты позиционирования. Определение конкурентоспособности товаров. Идентификация структуры конкурентного преимущества. Определение рыночной силы товаров.	Занятия лекционного типа	0,5
		Методы определения структуры мультиатрибутивной модели товара. Методы определения желаемых потребителем характеристик товара и не нормативных условий входа на рынок. Методы определения значения весовых коэффициентов, отражающих приоритеты учитываемых покупателем потребительских благ.	Индивидуальная работа с обучающимися	0,5
		– проработка конспекта лекции; – анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц); – подготовка к практическому занятию; – подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.; – подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)	Самостоятельная работа обучающегося	21
3	Моделирование процесса закупки	Анализ мотивации совершения закупки. Моделирование закупки, соответствующей мотивации «преодоление дефицита» для компенсационной и некомпенсационной оценки товара. Моделирование закупки, соответствующей мотивации «битва со	Занятия лекционного типа	0,5

		скукой» для компенсационной и некомпенсационной оценки товара. Линейная и итерационная процедуры формирования закупки.		
		Определение координат позиционирования товара. Способы определения конкурентоспособности товаров. Методы идентификации структуры конкурентного преимущества товара. Способы расчета рыночной силы товара.	Индивидуальная работа с обучающимися	1
		– проработка конспекта лекции; – анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц); – подготовка к практическому занятию; – подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.; – подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)	Самостоятельная работа обучающегося	24
4	Идентификация состояния рынка. Сегментация рынков	Классификация рыночных ситуаций. Характеристика возможных рыночных ситуаций. Связь между состояниями рынка и рыночными ситуациями. Условия возникновения рыночных ситуаций. Необходимость сегментации. Макро- и микросегментация рынка. Выбор базового рынка. Координаты макросегментации. Характерные рыночные структуры: рынок товара, рынок, отрасль. Процедура макросегментации. Необходимые условия эффективной микросегментации.	Занятия лекционного типа	1
		Базовые мотивации совершения закупки. Моделирование закупки, соответствующей мотивации «преодоление дефицита» для компенсационной и некомпенсационной оценки товара. Моделирование закупки, соответствующей мотивации «битва со скукой» для компенсационной и некомпенсационной оценки товара. Особенности линейной и итерационной процедур формирования плана закупки.	Индивидуальная работа с обучающимися	0,5
		– проработка конспекта лекции; – анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц); – подготовка к практическому занятию; – подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.; – подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)	Самостоятельная работа обучающегося	23
5	Оценка степени удовлетвор	Условия полного удовлетворения рыночного спроса. Определение достигаемого уровня полезности для анализируемых условий обмена товаров. Определение	Занятия лекционного	0,5

	ения покупатель ского спроса	степени удовлетворения покупательского спроса. Определение величины неудовлетворенного покупательского спроса. Разложение неудовлетворенного спроса по факторам.	типа	
		Классификация рыночных состояний. Характеристики возможных ситуаций на рынке. Связь между состояниями рынка и рыночными ситуациями. Условия возникновения рыночных ситуаций.	Индивидуальная работа с обучающимися	1
		– проработка конспекта лекции; – анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц); – подготовка к практическому занятию; – подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.; – подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)	Самостоятельная работа обучающегося	24
6	Матричный анализ	Матрица БКГ. Координаты матрицы. Идентификация стратегических ситуаций. Достоинства и недостатки матрицы. Матрица Мак Кинзи. Координаты матрицы. Идентификация стратегических ситуаций. Достоинства и недостатки матрицы. Достоинства и недостатки матрицы. Понятия базисных стратегий. Выбор стратегий с помощью матрицы Томпсона и Стрикленда.	Занятия лекционного типа	1
		Определение условий полного удовлетворения рыночного спроса. Оценка достигаемого уровня полезности для анализируемых условий обмена товарами. Методика оценки степени удовлетворения покупательского спроса. Определение величины неудовлетворенного спроса. Методика разложения неудовлетворенного спроса по факторам.	Индивидуальная работа с обучающимися	0,5
		– проработка конспекта лекции; – анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц); – подготовка к практическому занятию; – подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.; – подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)	Самостоятельная работа обучающегося	26

2.2 Перечень обеспечения СРС

При выполнении самостоятельной работы, обучающемуся предоставляется следующее учебно-методическое обеспечение:

- информационные ресурсы, перечисленные в разделе 4: Информационные ресурсы данной программы;
- материалы, размещенные в разделах Диск, Задачи, Обсуждение, Сообщение ПГ Маркетинговый анализ Кампуса ВЭГУ 24;
- электронные курсы, размещенные в вертикальном меню Кампуса ВЭГУ;
- материалы лекционных и практических занятий по дисциплинам бакалавриата 38.03.02 Менеджмент.

3. Фонд оценочных средств

3.1 Этапы формирования компетенций

Компетенция		Этапы формирования		
код	содержание	знать	уметь	владеть навыками
1	2	3	4	5
ПК-15	умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	порядок анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании
Типовые контрольные задания <ul style="list-style-type: none"> – опишите модель процесса закупки товара, соответствующая мотивации «преодоление дефицита»; – опишите модель процесса закупки товара, соответствующая мотивации «битва со скукой»; – опишите модель процесса закупки товара, соответствующая мотивации «стимуляция»; – рассмотрите условия удовлетворения рыночного спроса при компенсационной оценке полезности товара, определение достигаемого уровня полезности; – рассмотрите условия удовлетворения рыночного спроса при некомпенсационной оценке полезности товара, определение достигаемого уровня полезности; – приведите пример определения степени удовлетворения покупательского спроса, величины неудовлетворенного покупательского спроса, разложение неудовлетворенного покупательского спроса по факторам при компенсационной оценке полезности товара; – приведите пример определения степени удовлетворения покупательского спроса, величины неудовлетворенного покупательского спроса, разложение неудовлетворенного покупательского спроса по факторам при некомпенсационной оценке полезности товара 				
ПК-17	способностью оценивать экономические и	экономические и социальные условия	оценивать экономические и социальные	оценивания экономических и социальных

	социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	осуществления предпринимательской деятельности	условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	условий осуществления предпринимательской деятельности, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-модели
		факторы новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей		

Типовые контрольные задания

- рассмотрите мультиатрибутивную модель товара. Приведите примеры структуры мультиатрибутивных моделей товара для компенсационного и некомпенсационного способов оценки получаемых благ;
- опишите процедуру макросегментации базового рынка;
- перечислите условия эффективной микросегментации;
- опишите идентификацию стратегических ситуаций на основе матрицы БКГ;
- опишите идентификацию стратегических ситуаций на основе матрицы Мак Кинзи;
- оцените привлекательность отрасли, в которой функционирует стратегическая единица бизнеса;
- оцените конкурентную позицию стратегической единицы бизнеса в ее отрасли

3.2 Показатели, критерии и шкала оценивания

3.2.1 Для оценивания компетенций обучающегося на этапе их формирования по результатам освоения программы данной дисциплины применяется четырехбалльная шкала оценивания (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно»).

3.2.2 При применении технологий, использующих иные шкалы измерения (тестирование, балльно-рейтинговой, рейтинговой и т.д.), они для окончательного оформления переводятся в четырехбалльную шкалу по следующим параметрам: 90 и более процентов максимально-возможной суммы – «отлично», 70-89% - «хорошо», 50-69% - «удовлетворительно», менее 50 % - «неудовлетворительно».

3.2.3 При формировании оценки обучающегося используются следующие показатели и критерии оценивания результатов освоения программы данной дисциплины и соответствующего этапа формирования компетенций обучающегося:

Оценка	Критерий	Индикатор (показатель)
«отлично»	усвоение программы в полном объеме	задание выполнено без замечаний, полное и логически стройное изложение содержания при ответе или в отчете, тесное увязывание теории вопроса с практикой, отсутствие затруднений с объяснением всех аспектов выполнения задания, хорошее владение умениями и навыками по программе, знание монографической

		литературы, наличие умений самостоятельно обобщать и излагать материал
«хорошо»	твердое владение материалом в рамках программы	задание выполнено без существенных замечаний, грамотное изложение ответа (отчета), отсутствие существенных неточностей, правильное применение теоретических положений и владение необходимыми навыками при выполнении практических заданий
«удовлетворительно»	владение только основным материалом программы	задание в основном выполнено, допущение неточностей при правильном в основном ответе, нарушение последовательности в его изложении, неусвоение отдельных существенных деталей, наличие затруднений в выполнении практических заданий
«неудовлетворительно»	невладение значительной (и значимой) частью материала программы	задание не выполнено, допуск обучающимся при ответе принципиальных ошибок, большие затруднения при выполнении практических работ, ответ свидетельствует об отсутствии знаний по предмету

3.2.4 Аттестация по данной дисциплине может осуществляться по балльно-рейтинговой системе (далее - БРС), которая представляет собой строго последовательное прохождение обучающимся контрольных (реперных, рубежных) точек (далее – КТ-1, КТ-2 и т.д.) с получением оценки за качество показанных результатов в виде определенной конечной суммы баллов. При этом используются следующие индикаторы начисления баллов.

3.2.4.1 Общее количество баллов БРС распределяется следующим образом:

- за прохождение предварительного этапа – 20 баллов;
- за прохождение первой контрольной точки – до 20 баллов;
- за прохождение второй контрольной точки – до 20 баллов;
- за прохождение третьей контрольной точки – до 20 баллов.

3.2.4.2 Перевод набранной суммы по итогам всей БРС в четырехбалльную шкалу оценивания осуществляется по следующим параметрам: 72 и более баллов – «отлично», 56-71 баллов - «хорошо», 40-55 баллов - «удовлетворительно», менее 40 баллов - «неудовлетворительно».

3.2.4.3 За прохождение предварительного этапа начисляется до 20 баллов пропорционально изученным обучающимся разделам лекционного материала и набранным при тестировании в самом представленном для изучения ресурсе количеству баллов.

3.2.4.4 Начисление баллов по рубежной аттестации по первой контрольной точке осуществляется в зависимости от результативности участия на вебинаре.

3.2.4.4.1 При он-лайн участии на вебинаре баллы начисляются по следующим критериям:

1) 5 баллов, если участие ограничилось только присутствием или одним нерезультативным действием (вопрос или выступление не соответствовали теме);

- 2) 10 баллов, если были два и более нерезультативных действия;
- 3) 15 баллов, если среди двух или более произведенных обучающимся действий как минимум одно было результативным (правильное изложение материала, точно заданный вопрос, аргументированная и объективная рецензия);
- 4) 20 баллов, если все произведенные обучающимся два и более действий были результативными.

3.2.4.4.2 При просмотре вебинара в записи и предоставлении обучающимся письменного отзыва о нем, определяются следующие степени и суммы баллов:

- 1) 5 баллов, если отзыв написан формально, малосодержательно, но свидетельствует о просмотре всего вебинара;
- 2) 10 баллов, если в отзыве достаточно аргументировано выделены позитивная (что понравилась, было понятно, интересно) и (или) негативная (что не понравилась, было непонятным, неинтересным) стороны вебинара;
- 3) 15 баллов, если в отзыве есть обоснованное, логичное сопоставление позитивных и негативных итогов занятия;
- 4) 20 баллов, если отзыв в дополнение к третьему уровню содержит существенные предложения по улучшению организации вебинара или аргументировано описывает проблему, сформировавшуюся по итогам вебинара.

3.2.4.5 При тестировании по второй контрольной точке, если тестовые задания имеют разные степени сложности, каждые 5% максимально-возможной суммы правильных ответов приравнивается одному баллу БРС.

При равной сложности всех тестовых заданий каждый правильный ответ приносит 1 балл БРС.

3.2.4.6 Творческая аттестационная работа оценивается по шестибальной шкале (0 баллов – отсутствует, 1 балл – имеется, но абсолютно не соответствует заданию и (или) дисциплине, 2 балла – в большей части не соответствует заданию (дисциплине), хотя есть определенное приближение к сути задания (дисциплины), 3 балла – суть задания выявлена, но неполно, 4 балла – имеются только отдельные неточности, 5 – нет претензий к исполнению) по следующим направлениям:

- определение и фиксация проблемы;
- формулирование ответа (рабочей гипотезы);
- аргументы и иллюстрации в пользу ответа (рабочей гипотезы);
- использование концептуального и понятийного аппарата дисциплины.

Сумма набранных баллов за все 4 направления является количеством баллов БРС, начисляемых в общий рейтинг за третью контрольную точку.

3.3 Типовые контрольные задания

3.3.1 При подготовке обучающегося к аттестации и при оценивании результатов освоения программы данной дисциплины (для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы

формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы) используются типовые контрольные задания по:

- истории развития той отрасли знания, изучению которой посвящена данная дисциплина (модуль); объекту, предмету и методам (инструментам), применяемым в данной дисциплине (модуле); месту, значению данной дисциплины (модуля) в деятельности человека и ее связям с другими дисциплинами (модулями); проблемам и задачам, решаемым в рамках данной дисциплины (модуля) и т.д.;

- существо теорий, концепций, систем описания и объяснения, гипотез, выдвигаемых в рамках данной дисциплины, а также категориям и понятиям (терминам), являющимся существенными для данной дисциплины;

- применению компетенций, сформированных в ходе освоения программы, для решения конкретной задачи, объяснения конкретного факта (явления), разрешения конкретной ситуации и т.д.

3.3.2 Данные типовые задания при проведении конкретных аттестационных испытаний переформатируются в вопросы аттестационных билетов или тестовые задания в соответствии с правилами, установленными для Фонда оценочных средств Академии ВЭГУ. По предметам вопросов типовых заданий могут быть сформулированы несколько различающихся по форме и аспекту рассмотрения вопросов аттестационных билетов, тестовых заданий или тем письменных работ. Комплекты вопросов для аттестационных билетов, тестовых заданий и тем в виде соответствующих баз хранятся в Центре аттестации Академии ВЭГУ в режиме конфиденциальности и предъявляются в виде набора аттестационных билетов, тестов или отдельной темы, формируемых по установленным в Академии ВЭГУ правилам, на каждую конкретную аттестацию.

3.3.3 Типовые контрольные вопросы и задания для подготовки и проведения промежуточной аттестации:

- мультиатрибутивная модель товара. Привести примеры структуры мультиатрибутивных моделей товара для компенсационного и некомпенсационного способов оценки получаемых благ;

- расчет оценки степени близости единичных параметрических показателей мультиатрибутивной модели товара;

- определение значения желаемых потребителем характеристик товара на основе структурного анализа данных о продаже товаров на рынке;

- определение значения весовых коэффициентов, отражающих приоритеты учитываемых покупателем благ на основе структурного анализа данных о продаже товаров на рынке;

- позиционирование предложения товаров;

- идентификация структуры конкурентного преимущества товара;

- определение рыночной силы товара;

- модель процесса закупки товара, соответствующая мотивации «преодоление дефицита»;
- модель процесса закупки товара, соответствующая мотивации «битва со скукой»;
- модель процесса закупки товара, соответствующая мотивации «стимуляция»;
- идентификация состояния сегмента рынка;
- условия удовлетворения рыночного спроса при компенсационной оценке полезности товара, определение достигаемого уровня полезности;
- условия удовлетворения рыночного спроса при некомпенсационной оценке полезности товара, определение достигаемого уровня полезности;
- определение степени удовлетворения покупательского спроса, величины неудовлетворенного покупательского спроса, разложение неудовлетворенного покупательского спроса по факторам при компенсационной оценке полезности товара;
- определение степени удовлетворения покупательского спроса, величины неудовлетворенного покупательского спроса, разложение неудовлетворенного покупательского спроса по факторам при некомпенсационной оценке полезности товара;
- координаты сегментации базового рынка, структуры базового рынка;
- процедура макросегментации базового рынка;
- условия эффективной микросегментации;
- идентификация стратегических ситуаций на основе матрица БКГ;
- достоинства и недостатки матрицы БКГ;
- идентификация стратегических ситуаций на основе матрицы Мак Кинзи;
- оценка привлекательности отрасли, в которой функционирует стратегическая единица бизнеса;
- оценка конкурентной позиции стратегической единицы бизнеса в ее отрасли;
- достоинства и недостатки матрицы Мак Кинзи;
- сущность стратегий «концентрированного роста»;
- сущность стратегий «интегрированного роста»;
- сущность стратегий «дифференцированного роста»;
- сущность стратегий «сокращения»;
- выбор стратегии фирмы с помощью матрицы Томпсона и Стрикленда;
- определение целей и стратегии маркетинга на основе характеристик жизненного цикла товара;

– анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании;

– экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, новые рыночные возможности и формирование новых бизнес-моделей.

3.3.4 Типовые (примерные) темы для письменных работ:

3.3.4.1 Типовые (примерные) темы для курсовых работ:

- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.
- информационная база данных для определения конкурентоспособности предприятия;
- исследование восприятия нового товара потребителем; применяемые методы;
- исследование спроса и конъюнктуры рынка;
- исследования товарного ассортимента предприятия; применяемые методы;
- источники маркетинговой информации, понятия, определение релевантности и ценности маркетинговых данных;
- качественные маркетинговые исследования: методы и процедуры;
- конъюнктурный анализ рынка, применяемые методы;
- маркетинговое изучение конкурентов и возможности завоевания преимуществ в конкурентной борьбе; применяемые методы;
- маркетинговые информационные системы и системы поддержки маркетинговых решений;
- маркетинговые исследования для обоснования рекламной кампании;
- маркетинговые исследования для обоснования ценовой политики предприятия;
- маркетинговые исследования как основа для принятия управленческих решений в условиях рынка;
- маркетинговые исследования на рынке услуг;
- маркетинговые исследования по определению емкости рынка и рыночной доли предприятия;
- маркетинговые исследования потребителей; применяемые методы;
- маркетинговые исследования товаров конкурентов; применяемые методы;
- Новые рыночные возможности и формирование новых бизнес-моделей.
- определение методов сбора необходимых данных;
- определение надежности и достоверности измерения маркетинговой информации;
- определение типа требуемой информации и источников ее получения;

- организация маркетинговых исследований по определению экономической и коммуникативной эффективности рекламы;
- организация маркетинговых исследований сбытовой сети фирмы;
- основные принципы и направления маркетинговых исследований предприятия;
- особенности и виды количественных исследований в маркетинге;
- особенности маркетинговых исследований на промышленных рынках;
- подходы к проведению рыночных исследований; характеристика методов;
- разработка выборочного плана исследований и определение объема выборки;
- Экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.
- экспериментальные маркетинговые исследования;

3.3.4.2 Типовые (примерные) темы для творческих аттестационных работ:

- мультиатрибутивная модель товара. Привести примеры структуры мультиатрибутивных моделей товара для компенсационного и некомпенсационного способов оценки получаемых благ;
- позиционирование предложения товаров;
- идентификация структуры конкурентного преимущества товара;
- определение рыночной силы товара;
- идентификация состояния сегмента рынка;
- идентификация стратегических ситуаций на основе матрица БКГ;
- достоинства и недостатки матрицы БКГ;
- идентификация стратегических ситуаций на основе матрицы Мак Кинзи;
- оценка конкурентной позиции стратегической единицы бизнеса в ее отрасли;
- достоинства и недостатки матрицы Мак Кинзи;
- сущность стратегий «концентрированного роста»;
- сущность стратегий «интегрированного роста»;
- сущность стратегий «дифференцированного роста»;
- сущность стратегий «сокращения»;
- выбор стратегии фирмы с помощью матрицы Томпсона и Стрикленда.

3.4 Методические материалы по процедурам оценивания

3.4.1 Методика (в том числе технологические и организационные аспекты), определяющая процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, установлены положениями об организации образовательной деятельности по

программам высшего образования, о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации, о балльно-рейтинговой системе аттестации, о фонде оценочных средств и изданными в соответствии с ними другими локальными нормативными актами, в т.ч. внутривузовскими стандартами, Академии ВЭГУ.

3.4.2 Обеспечение аттестации в Академии ВЭГУ должно удовлетворять, в первую очередь, требованиям нацеленности на результат обучения, системности, унификации и объективности, что на практике означает следующие:

- применение единых критериев оценивания по всем образовательным программам;
- сопряженность всех видов контрольно-измерительных материалов с конечными компетенциями и друг с другом (высокая степень валидности) и их репрезентативность с содержанием программы;
- выведение итоговых оценок по результатам проверки знаний, умений и навыков по всем дидактическим единицам оцениваемой программы;
- применение единых контрольно-измерительных материалов и процедур аттестации к обучающимся всех форм и технологий обучения;
- привлечение к осуществлению аттестации не задействованных в подпроцессе обучения обучающихся, в т.ч. практикующих специалистов необразовательных организаций;
- широкое применение инструментальной среды;
- обязательная экспертиза текстов письменных работ (и других видов оформления результатов проектирования) на авторство (отсутствие заимствований, плагиата, копирования);
- ежегодное обновление тем письменных работ.

Порядок разработки, использования и хранения контрольных измерительных материалов (включая требования к режиму их защиты, порядку и условиям размещения информации, содержащейся в контрольных измерительных материалах, в сети «Интернет») устанавливается в соответствии с федеральными требованиями положением Академии ВЭГУ о фонде оценочных средств.

3.4.3 При организации аттестации обучающихся в Академии ВЭГУ обязательно исполнение следующих положений:

- аттестации подлежат только образовательные программы, назначенные для данного аттестуемого (правилами приема, учебными планами и другими соответствующими документами);
- аттестацию может проводить только тот обучающий (эксперт), который закреплен для данной процедуры по данной группе аттестуемых;
- аттестация проводится только с использованием утвержденных контрольно-измерительных материалов и по утвержденной форме и процедуре;
- аттестация проводится только для тех обучающихся, которые имеют соответствующий допуск;

- результаты аттестации должны быть зафиксированы в утвержденных для этого документах.

4. Информационные ресурсы

4.1 Основная учебная литература

№ п/п	Выходные данные основной учебной литературы	Адрес доступа к полнотекстовому варианту в Электронно-библиотечной системе Академии ВЭГУ
1	Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с.	https://urait.ru/bcode/425844
2	Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 268 с.	https://urait.ru/bcode/454472
3	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 486 с.	https://urait.ru/bcode/450037
4	Электронный курс по дисциплине «Маркетинговый анализ», специально разработанный в Академии ВЭГУ и размещенный в ЭБС	https://moodle.vegu.ru/course/view.php?id=376

4.2 Дополнительная учебная литература

№ п/п	Выходные данные основной учебной литературы	Адрес доступа к полнотекстовому варианту в Электронно-библиотечной системе Академии ВЭГУ
1	Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 186 с.	https://urait.ru/bcode/452438
2	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с.	https://urait.ru/bcode/450620
3	Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с.	https://urait.ru/bcode/467017
4	Лазарева А.Ю. Количественные методы	http://www.iprbookshop.ru/55479.html

	социологического исследования: учебно-методическое пособие / А.Ю. Лазарева. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 60 с.	
5	Мхитарян С.В. Применение SPSS в маркетинговых проектах: учебное пособие / С.В. Мхитарян. — М.: Евразийский открытый институт, 2011. — 272 с.	http://www.iprbookshop.ru/11082.html

4.3 Ресурсы сети «Интернет»

№ п/ п	Наименование ресурса	Адрес доступа к полнотекстовому варианту (в ЭБС Академии ВЭГУ или других ресурсах в сети «Интернет»)
Современные профессиональные базы		
1	Министерство экономического развития Российской Федерации	http://economy.gov.ru/minec/main
2	Торгово-промышленная палата России	https://tpprf.ru/ru/
3	Федеральная антимонопольная служба	https://fas.gov.ru/
4	Официальный сайт Росстата	http://www.gks.ru/
Информационные справочные системы		
1	Правовая система Консультант Плюс	http://www.consultant.ru/
2	Информационно-правовой портал Гарант	http://www.garant.ru/
Иные ресурсы Интернет		
1	Федеральный образовательный портал – ЭКОНОМИКА, СОЦИОЛОГИЯ, МЕНЕДЖМЕНТ	http://ecsocman.hse.ru
2	Корпоративный менеджмент	https://www.cfin.ru/
3	Свободная энциклопедия Википедия	https://ru.wikipedia.org
4	Социальная сеть профессиональных контактов: Гильдия маркетологов	http://www.marketologi.ru/
5	Энциклопедия маркетинга	http://www.marketing.spb.ru/
6	Профессиональный журнал: Маркетолог	http://www.marketolog.ru/

4.4 Информационные технологии

4.4.1 АСО Академии ВЭГУ

Образовательный процесс по данной дисциплине в Академии ВЭГУ ведется с широким использованием Автоматизированной системы обучения. В частности, применяются следующие составные части (модули) АСО:

№ п/п	Полное наименование	Область применения в образовательной деятельности
----------	---------------------	---

1.	«1С-Битрикс: внутренний портал учебного заведения»	<p>Платформа для интеграции всех сервисов и создания виртуальных рабочих кабинетов участников образовательного процесса.</p> <p>1. Создание ЭИОС для обучающегося:</p> <ul style="list-style-type: none"> - редактирование индивидуального учебного плана, обучающегося; - изучение материалов по доступным дисциплинам (модулям) (электронный курс, материалы для самоконтроля и прохождения аттестации, расписание трансляций лекций, очных занятий и вебинаров, просмотр видео материалов); - средства электронных коммуникаций (форумы, комментарии, чат) для общения с участниками процесса обучения (в учебной и предметных группах); - просмотр электронной зачётной книжки; - получение информации о набранных кредитах (оценках); - автоматическое зачисление в предметные и учебные группы; - формирование портфолио обучающегося (данные по IMS ePortfolio Specification (http://www.imsglobal.org/ep/); - биллинговая система (on-line оплата обучения, просмотр истории оплаты). <p>2. Создание ЭИОС для обучающего:</p> <ul style="list-style-type: none"> - получение информации по нагрузке; - планирование и проведение вебинаров; - разработка и экспертиза контрольно-измерительных материалов (КИМ); - проверка эссе обучающихся; - средства электронных коммуникаций (форумы, комментарии, чат) для общения с участниками процесса обучения (в учебных и предметных группах); - публикация мультимедийного обучающего контента; - формирование персонального портфолио.
----	--	--

		<p>3. Для организаторов образовательного процесса:</p> <ul style="list-style-type: none"> - система мониторинга (получение информации об активности пользователей; организация опросов пользователей); - участие в группах (учебных, предметных, общих); - поддержка основных элементов коммуникаций (форумы, комментарии); - оценивание и организация объектов социальной сети; - отслеживание рейтингов и достижений; - публичное портфолио пользователя; - работа с заявками (отправка, отслеживание выполнения).
2.	«Компас-В» на платформе «1С: Предприятие 8.2»	<p>Автоматизирует работу:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приёмной комиссии (ведение базы абитуриентов, зачисление на обучение, финансовые и маркетинговые отчёты), - деканата (документооборот приказов по движению обучающихся, репозиторий документов обучающихся, оповещение обучающихся по электронной почте, SMS), - учебно-методического управления (ведение базы преподавателей, формирование и учёт учебной нагрузки).
3.	Программный комплекс «Автоматизированная среда аттестации АСА»	<p>Автоматизирует процедуры:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработки, экспертизы и публичной экспертизы контрольно-измерительных материалов; - формирования и использования фонда оценочных средств по конкретным программам, дисциплинам (модулям, предметам, видам учебной работы); - проведения обучения с использованием балльно - рейтинговой системы (БРС); - допуска, проведения приема экзаменов, зачетов, письменных аттестационных работ; - видеопротоколирования процесса аттестации; - оформления документации по процессам аттестации (аттестационных ведомостей, заявлений на оплату

		<p>выполненной обучающими работы, отчетов);</p> <ul style="list-style-type: none"> - контроля успеваемости обучающихся; - мониторинга удовлетворенности обучающимися качеством контрольно-измерительных материалов и процедурами аттестации.
4.	Система программных продуктов LMS Moodle	<p>Используется для:</p> <ul style="list-style-type: none"> - публикации электронных курсов; - просмотра результата прохождения электронного курса и последующего его учёта в рамках БРС.
5.	Система автоматизации библиотек ИРБИС64	<p>Используется для:</p> <p>организации доступа к электронной библиотеке для:</p> <p>просмотра полнотекстовых вариантов основной и дополнительной литературы;</p> <p>просмотра учебно-методических комплексов дисциплин.</p>
6.	Программный продукт Автоматизированная информационная система библиотеки «Электронная библиотека»	<p>Используется для организации процесса разработки и обновления полнотекстовых электронных версий учебных материалов и рабочих программ дисциплин.</p>
7.	Прикладное программное обеспечение "Мираполис"	<p>On-line сервис интегрированный в АСО, используется для:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организации и проведения вебинаров, интерактивных занятий, on-line консультаций и лекций; - просмотра записей вебинаров.

4.4.2 Специальные информационные технологии

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплине, включает следующий перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

Программный продукт	Договор
1) Microsoft Office 2007 2) 7-Zip 3) Acrobat Reader 4) Антивирус Kaspersky Endpoint Security 10 for Windows 5) Mozilla Firefox 6) Google Chrome 7) VLC 8) Project Expert 7 9) Microsoft Windows 7 Professional Academic Open License 10) Microsoft Windows Server 2008	1) Лицензия Microsoft Open License №43509314 дата выдачи настоящей Лицензии 19.02.2008 «Microsoft® Office 2007 Russian Academic. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic» 2) лицензия GNU LGPL (Свободное ПО) 3) лицензионное соглашение с компанией Adobe (Свободное ПО) 4) лицензия № 1FB6-170208-101930-190-411 5) лицензия GNU LGPL (Свободное ПО) 6) лицензия LGPL (Свободное ПО) 7) лицензия GNU LGPL (Свободное ПО) 8) счет фактура 00102 от 31 марта 2009 9) лицензия № 62875440 10) лицензия № 47623222

4.5 Материально-техническая база

4.5.1 В процессе обучения данной дисциплины используется специальный виртуальный учебный кабинет – предметная группа модуля «Кампус ВЭГУ 24» (далее – ПГ).

4.5.2 Информационно-предметная среда ПГ размещается в разделах меню ПГ, а так же в разделах и подразделах меню «Кампус ВЭГУ 24».

Размещение материалов (или обеспечение прямого доступа к информационным ресурсам) в разделах меню «Кампус ВЭГУ 24» осуществляется в централизованном порядке структурными подразделениями Академии ВЭГУ (материалы Электронно-библиотечной системы, локальные нормативные акты Академии ВЭГУ, записи проведенных учебных занятий и т.п.).

В разделах меню ПГ размещение материалов организовывается преподавателем, являющимся владельцем данной ПГ (т.е. закрепленным за реализацией данной дисциплины).

4.5.3 Взаимодействие обучающихся в ПГ осуществляется на принципах тьюторинга и интерактива.

Тьюторинг осуществляется посредством постановки преподавателем задач перед обучающимся, консультирования, проверки и оценивания исполнения задач.

Интерактивный метод обучения обеспечивается организацией преподавателем в ПГ взаимодействия обучающихся друг с другом в сфере освоения программы дисциплины в разных формах и способах, в т.ч.:

- обязательных в рамках этапа (контрольных точек) БРС и факультативных занятий в форме дискуссий, групповой (командной) творческой работы, группового проектирования, кейс-метода, «мозгового штурма» или игры;
- широким использованием ПГ для общего обмена мнениями при постоянном контроле со стороны преподавателя и корректировки оценок и поощрения лучших сообщений;
- вовлечения обучающихся в формирование базы знаний.

4.5.4 Для ведения образовательной деятельности в учебных корпусах Академии ВЭГУ имеются 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 и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Они укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду Академии ВЭГУ.

Для проведения лекционных занятий необходимо следующее материально-техническое обеспечение: компьютерный класс, аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук и т.д.), рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде, пакеты ПО общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы и пр.), мультимедийное оборудование, комплекты электронных презентаций/слайдов.

Для проведения практических занятий необходимо следующее материально-техническое обеспечение: компьютерный класс, аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук и т.д.), рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде, пакеты ПО общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы и пр.), мультимедийное оборудование, комплекты электронных презентаций/слайдов.

Полный перечень материально-технического обеспечения по дисциплине указан в Справке о материально-техническом обеспечении основной профессиональной образовательной программы высшего образования.

5. Методические указания обучающемуся

Ключевыми понятиями дисциплины «Маркетинговый анализ» являются: маркетинг, функции маркетинга, нужда, потребность, запрос, товар, рынок, внешняя среда, макросреда, микросреда, внутренняя среда, информация, система маркетинговой информации, первичная информация, вторичная информация, кабинетные исследования, полевые исследования, этапы исследования, сегмент, сегментирование, признаки сегментирования, недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг, позиционирование, карта позиционирования, морфологическая таблица, товар, товарная единица, услуга, уровни товара, товарный знак, брэнд, марочный знак, марочный символ, упаковка, уровни упаковки, классификация товаров, ассортимент, номенклатура, цена, ценообразование, стратегия ценообразования, товародвижение, системы распределения, каналы распределения, запас, оптовая торговля, розничная торговля, сбыт, реклама, паблик рилейшнз, ярмарки и выставки, личные продажи, стимулирование сбыта, комплексом маркетинговых коммуникаций, этапы маркетингового планирования, стратегическое планирование, оперативное планирование, бюджет маркетинга, организационная структура, положение о службе отдела маркетинга.

Изучая дисциплину маркетинговый анализ, студент познакомится с: макро- и микроатрибутами, объективными характеристиками товара, компонентами мультиатрибутивной модели, определением функции полезности товара, процедурами расчета полезности товара для компенсационного и некомпенсационного способа оценки получаемых благ, периодами жизненного цикла спроса и их характеристики, жизненными циклами спроса, технологии и товаров, жизненным циклом товара, определением структуры мультиатрибутивной модели товара, определением значения желаемых потребителем характеристик товара и не нормативных условий входа товара на рынок, определением значения весовых коэффициентов, отражающих приоритеты учитываемых покупателем благ, координатами позиционирования, определением конкурентоспособности товаров, идентификацией структуры конкурентного преимущества, определением рыночной силы товаров, анализом мотивации совершения закупки, моделированием закупки, соответствующей мотивации «преодоление дефицита» для компенсационной и некомпенсационной оценки товара, моделированием закупки, соответствующей мотивации «битва со скукой» для компенсационной и некомпенсационной оценки товара, линейной и итерационная процедурой формирования закупки, классификацией рыночных ситуаций, характеристикой возможных рыночных

ситуаций, макро- и микросегментацией рынка, выбором базового рынка, координатами макросегментации, процедурами макросегментации, необходимыми условиями эффективной микросегментации, условиями полного удовлетворения рыночного спроса, определением достигаемого уровня полезности для анализируемых условий обмена товаров, определением степени удовлетворения покупательского спроса, определением величины неудовлетворенного покупательского спроса, разложением неудовлетворенного спроса по факторам.

Выполняя практические задания, необходимо придерживаться следующего алгоритма: информационное обеспечение модели, позиционирование предложения, оценка конкурентоспособности товаров, моделирование процесса закупки, идентификация состояния сегмента рынка, сегментация рынков, оценка степени удовлетворения покупательского спроса, матричный анализ.

По всем разделам предусмотрено выполнение студентами различных видов самостоятельной работы:

- самостоятельная работа во время основных аудиторных занятий (лекций, семинаров, лабораторных работ);
- самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций и творческих контактов;
- внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении студентом домашних заданий учебного и творческого характера.

6. Особенности освоения дисциплины (модуля) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

6.1 Выбор методов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов определяются исходя из их доступности для данной категории обучающихся, определяется содержанием обучения, исходным уровнем имеющихся знаний, уровнем профессиональной подготовки педагогов, особенностями восприятия информации обучающимися. В образовательном процессе предполагается использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социальной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата.

6.2 В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья кафедра обеспечивает:

- 1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- 2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: – надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
- возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения, а также пребывание в указанных помещениях.

6.3 Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

6.4 Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Категории обучающихся	Формы предоставления
С нарушением слуха	в печатной форме; в форме электронного документа
С нарушением зрения	в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла;

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

6.5 Процедура промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. При необходимости предусматривается увеличение времени на подготовку к промежуточной аттестации, а также предоставляется дополнительное время для подготовки ответа в ходе контроля текущей успеваемости и промежуточной аттестации.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

1. инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, устно с использованием услуг сурдопереводчика);
2. доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);

3. доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) может проводиться в несколько этапов. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

6.6 Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья предоставляются основная и дополнительная учебная литература в виде электронного документа в фонде библиотеки и / или в электронно-библиотечных системах, а также предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература и специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

7. Методические рекомендации по оформлению курсовой работы

Структура и содержание курсовой работы

Курсовая работа должна отвечать следующим требованиям:

- выполняться согласно методических указаний с использованием законодательных актов, нормативных материалов, учебников и учебных пособий отечественных и зарубежных авторов, периодических изданий;
- практический материал и теоретическая часть должны быть проработаны и органически связаны с выбранной тематикой;
- представлять собой законченную разработку с самостоятельными выводами. В противном случае работа не допускается к защите и возвращается студенту на переработку:

Курсовая работа содержит следующие основные разделы:

- введение;
- основную часть;
- заключение.

Во введении кратко обосновывается целесообразность выбора темы работы, ее значимость и актуальность, степень изученности в отечественной и мировой теории и практике. Должна быть четко определена цель и сформулированы задачи исследуемой проблемы. Объем введения не должен превышать трех страниц печатного текста.

Основная часть работы делится на разделы, подразделы и пункты. Каждый элемент основной части (раздел, подраздел, пункт) должен представлять собой законченный в смысловом отношении фрагмент работы. В структуре основной части должно быть выделено не менее двух разделов, а в их составе не менее двух подразделов.

Основная часть работы начинается с обзора литературы по выбранной тематике, в котором полно и систематизировано излагается состояние вопроса, проводится анализ нормативных и законодательных актов, данных учебной и специальной литературы, периодической печати. Обзор литературы предполагает сравнение и сопоставление мнений отечественных и зарубежных авторов по исследуемому вопросу, оценку противоречивых сведений, содержащихся в различных информационных источниках.

Следующие разделы должны включать анализ маркетинговой ситуации на конкретном предприятии, в конкретном регионе или на рынке определенного товара, услуги (по выбору студента). В завершении приводятся рекомендации по совершенствованию рассмотренной ситуации.

Анализ ситуации предполагает использование имеющейся на данный момент нормативной и законодательной базы; использование изложенных в предшествующих частях работы теоретических методов и подходов; практические примеры, наглядно демонстрирующие преимущество предложенного решения.

В заключении обосновывается возможность внедрения в практику предложений и мероприятий, разработанных студентом по устранению недостатков в разрезе рассматриваемой проблемы, формулируются основные выводы и предложения по результатам исследования. Выводы должны быть краткими. Объем заключения составляет не более трех страниц.

Порядок выполнения, рецензирования и защиты курсовой работы

Тема работы выбирается студентом самостоятельно, исходя из предложенной тематики. Студент имеет право предложить свою тему работы, обосновав выбор и согласовав ее с руководителем работы. Тематика курсовой работы должна выбираться с учетом ее дальнейшей разработки в других дисциплинах маркетингового направления, а также дипломной работы. Курсовая работа должна носить исследовательский характер, раскрывая не только теоретические, но и практические аспекты выбранной темы.

Студент выполняет курсовую работу под руководством преподавателя в соответствии с утвержденным графиком. Перед выполнением работы составляется ее план и согласовывается с руководителем работы. Текущее руководство курсовой работой заключается в систематических консультациях с целью оказания организационной и научно-методической помощи студенту, контроля за выполнением работы в соответствии с графиком, проверки содержания и оформления завершенной работы.

При выполнении курсовой работы студент должен:

- собрать информацию по теме;
- изучить и проанализировать собранные материалы;
- систематизировать и обобщить имеющуюся информацию;
- самостоятельно решить поставленные задачи;

- логически обосновать и сформулировать выводы, предложения и рекомендации.

Готовая курсовая работа сдается на проверку руководителю работы не позднее, чем за пять дней до защиты. Проверка работы перед защитой является обязательной. Работа проверяется руководителем в течение 2-3 дней и возвращается студенту подписанной и допущенной к защите. При незначительных замечаниях студентом вносятся исправления. Курсовая работа не допускается к защите в случаях непредставления работы на проверку в установленный срок, грубых нарушений правил оформления курсовой работы.

Общие требования

Курсовая работа оформляется на листах белой бумаги формата А4 (210х297). Текст располагается на одной стороне листа. Компьютерный набор осуществляется шрифтом «Times New Roman» (обычный). Размер шрифта – 14, междустрочный интервал – полуторный. Размеры полей следующие: верхнее – 10 мм, нижнее – 10 мм, левое – 30 мм, правое – 10 мм.

Все страницы курсовой работы нумеруются арабскими цифрами, включая список использованных источников и приложения. Номер страницы проставляется в правом верхнем углу без точки.

Титульный лист содержит следующие сведения:

- полное наименование вуза, кафедры;
- название вида документа (курсовая работа);
- название дисциплины («Маркетинговый анализ»);
- название темы курсовой работы;
- сведения об исполнителе;
- сведения о руководителе;
- сведения о допуске работы к защите и результатах защиты (проставляет руководитель работы);
- год выполнения.

Титульный лист включается в общую нумерацию страниц, но номер на нем не проставляется. Образец титульного листа дан в приложении А.

Содержание помещается после титульного листа и включает номера и наименования разделов и подразделов с указанием номеров листов (страниц). Слово «Содержание» записывается в виде заголовка прописными буквами и располагается симметрично текста. Наименования разделов и подразделов, включенные в содержание, записываются строчными буквами, начиная с прописной. Над номерами страниц слово «Страница» или «Стр.» не ставятся.

Содержание включается в общую нумерацию страниц.

Текст основной части работы должен быть разделен на абзацы, которые начинаются отступом, равным пяти буквам (10 мм).

Текст работы разбивается на разделы, подразделы и пункты, которые должны иметь порядковые номера.

Разделы нумеруются в пределах всей работы арабскими цифрами, после которых ставится точка. Заголовки разделов печатаются прописными буквами, начертанием - полужирным и располагаются симметрично текста. Каждый раздел рекомендуется начинать с нового листа.

Подразделы нумеруются в пределах каждого раздела двумя арабскими цифрами, разделенными точкой. Первая цифра обозначает номер раздела, вторая – номер подраздела. В конце номера подраздела ставится точка. Заголовки подразделов печатаются строчными буквами (кроме первой), начертанием - полужирным и располагаются с начала абзаца.

Пункты нумеруются в пределах каждого подраздела тремя арабскими цифрами, разделенными точками. Первая цифра обозначает номер раздела, вторая – номер подраздела, третья – номер пункта. В конце номера пункта ставится точка. Заголовки пункта печатаются строчными буквами (кроме первой), начертанием - полужирным и располагаются с начала абзаца.

Заголовки разделов, подразделов и пунктов отделяются от основного текста сверху и снизу двумя пробелами. В конце заголовков разделов, подразделов и пунктов точки не ставятся. Подчеркивать заголовки и переносить слова в них не допускается. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

Не разрешается помещать заголовки отдельно от следующего за ними текста. На странице, где приводится заголовок, должно быть не менее двух строк последующего текста.

Проректор по учебно-научной и
воспитательной работе

А.О. Целищев

Частное образовательное учреждение высшего образования
ВОСТОЧНАЯ ЭКОНОМИКО-ЮРИДИЧЕСКАЯ ГУМАНИТАРНАЯ
АКАДЕМИЯ
(Академия ВЭГУ)

Кафедра управления, информатики и общенаучных дисциплин
Направление: 38.03.02 Менеджмент
Профиль: Производственный менеджмент

КУРСОВАЯ РАБОТА

По дисциплине: Маркетинговый анализ
На тему: «Информационная база данных для определения
конкурентоспособности предприятия»

Выполнил студент 3 курса
очного отделения
прием С-15
Евсюткин А.Ф.

Проверил: к.ф.н., доцент
Бикметова Н.Х.

Уфа – 2021