

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Рекомендовано МССН/МО

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины *АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ
РЫНКОВ*

Рекомендуется для направления подготовки/специальности **38.04.02 «Менеджмент»**

Направленность программы **Управление международными проектами**

1. Цели и задачи дисциплины: Целью освоения дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры рынков» является расширение у студентов знаний об особенностях формирования конъюнктуры мировых товарных рынков и получение практических навыков комплексного конъюнктурного анализа конкретных рынков.

Задачи дисциплины:

- дополнить и углубить у студентов систему знаний об особенностях функционирования и формирования конъюнктуры мировых товарных рынков;
- методологически и методически подготовить студентов к решению практических задач по комплексному конъюнктурному анализу мировых рынков;
- сформировать у студентов навыки проведения конъюнктурного анализа мировых рынков конкретных товаров на основе изученных методов;
- закрепить у студентов и развить полученные ранее навыки сбора и обработки статистической информации;
- развить у студентов навыки проведения самостоятельных прикладных исследований рыночной конъюнктуры.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина Анализ и прогнозирование конъюнктуры рынков относится к базовой части дисциплин учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Общекультурные компетенции			
	ОК-1	-	Современный стратегический анализ Корпоративные финансы Проектный анализ Бизнес-инжиниринг Управление контрактами в международных проектах Управление международными проектами Оценка бизнеса Анализ проектных рисков Проектное финансирование Управление интернет-проектами Управление проектами слияния и поглощения
	ОК-2	-	Управление инновационными проектами Управление контрактами в международных проектах
	ОК-3	-	Управление инновационными проектами

			Проектный анализ Бизнес-инжиниринг Информационные системы управления в международных проектах Управление контрактами в международных проектах Управление международными проектами Управление интернет-проектами
Общепрофессиональные компетенции			
	ОПК-3	-	Современный стратегический анализ Корпоративные финансы Анализ и прогнозирование конъюнктуры рынков Информационные системы управления в международных проектах Управление международными маркетинговыми проектами Проектное финансирование
Профессиональные компетенции (вид профессиональной деятельности: организационно-управленческая, аналитическая)			
	ПК-4	-	Бизнес-инжиниринг Управление международными проектами Оценка бизнеса Анализ проектных рисков Управление международными маркетинговыми проектами Проектное финансирование Таможенно-тарифное регулирование Управление проектами слияния и поглощения
	ПК-5	-	Проектный анализ Управление международными проектами ИТ в стратегическом менеджменте: международный опыт
	ПК-6	-	Бизнес-инжиниринг
	ПК-7	-	Современный стратегический анализ Управление инновационными проектами
	ПК-8	-	Управление инновационными проектами Проектный анализ

			Информационные системы управления в международных проектах Управление контрактами в международных проектах Управление международными проектами
--	--	--	--

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3);
- способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);
- владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);
- способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-6);
- способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-7);
- способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-8).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- закономерности ценообразования на мировых товарных рынках;
- технологии использования принципов маркетинга при анализе и прогнозировании рыночной конъюнктуры товарных рынков;
- методологию построения и использования трендовых, тренд-циклических, адаптивных и многофакторных моделей для анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков;

Уметь:

- формулировать задачи и цели конъюнктурных исследований; определять тип необходимой информации, источники ее получения и методы сбора данных;
- применять экономико-математические модели для целей кратко-, средне- и долгосрочного прогнозирования конъюнктуры рынков;
- использовать возможности MS Excel для выявления и анализа сезонных и циклических колебаний рыночной конъюнктуры;

Владеть:

- методами маркетингового исследования конъюнктуры рынков
- технологией обработки и анализа конъюнктурной информации в Excel и других специализированных программах: сортировка и фильтрация списков данных; применение вычисляемых критериев в задачах конъюнктурного анализа и т.п.
- методами анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков на основе тренд-сезонных моделей; методами построения точечных и интервальных прогнозов сезонных колебаний рыночной конъюнктуры в среде MS Excel и других специализированных программах.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Аудиторные занятия (всего)	54	54			
В том числе:	-	-	-	-	-
<i>Лекции</i>	18	18			
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	36	36			
<i>Семинары (С)</i>					
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>					
Самостоятельная работа (всего)	54	54			
Общая трудоемкость	час	108	108		
	зач. ед.	3	3		

5. Содержание дисциплины**5.1. Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Раздел 1. Конъюнктура рынка как объект исследования. Мировой рынок как система отдельных товарных рынков	<p>Тема 1. Мировой рынок как система отдельных товарных рынков</p> <p>Рассматриваются цели, задачи и система конъюнктурных исследований; методические принципы изучения анализа и конъюнктуры мировых товарных рынков; основные виды прогнозов рыночной конъюнктуры, этапы и сценарии разработки.</p> <p>Современные определения мирового рынка как экономической категории. Мировой рынок как сложная экономическая система. Структура мирового рынка. Методические подходы к разграничению рынков. Виды и особенности мировых товарных рынков. Классификация мировых рынков по отраслевому признаку, по стадии переработки товара, степени наукоемкости товара, уровню конкурентности. Производственная специализация в рамках конкретных товарных рынков.</p> <p>Взаимосвязь структуры мирового рынка и структуры международной торговли. Стандартная международная торговая классификация ООН.</p> <p>Тема 2. Экономическая конъюнктура мировых товарных рынков: сущность и факторы формирования</p>

		Современные определения конъюнктуры как экономической категории. Виды конъюнктуры: общехозяйственная, отраслевая, рыночная. Количественные и качественные характеристики экономической конъюнктуры. Свойства конъюнктуры.
2.	Раздел 2. Экономическая конъюнктура мировых товарных рынков: сущность и факторы формирования. Циклы в развитии конъюнктуры	Тема 3. Циклические факторы формирования экономической конъюнктуры. Циклические факторы формирования экономической конъюнктуры. Система экономических циклов (малых, средних, больших) конъюнктуры мировой экономики, закономерности их проявления. Фазы делового цикла (кризис, депрессия, оживление, подъем) как фундаментальные факторы формирования конъюнктуры мировых товарных рынков. Постоянные и временные нециклические факторы: научно-технический прогресс, государственное регулирование ВЭД, особенности финансовой и денежно-кредитной систем стран, военная экономика стран и другие. Влияние Всемирной Торговой Организации и других международных организаций на состояние и развитие мировых рынков. Рассматриваются основные циклы капиталистического способа производства (Дж. Китчина, К. Жюглара, С. Кузнеця, Н. Кондратьева) и механизм формирования и развития среднесрочных циклов; приводятся примеры антициклического регулирования.
3	Раздел 3. Основы конъюнктурных исследований мировых рынков. Основные источники информации для исследования, анализа и прогнозирования конъюнктуры мировых товарных рынков	Тема 4. Конъюнктурные исследования как вид научно-прикладных исследований. Анализируется методология построения индексов цен по экспорту и импорту в целом и товарным группам и отдельным товарам с разной степенью агрегированности товаров по данным международных статистических органов. Конъюнктурные исследования как вид научно-прикладных исследований. Цели и задачи, принципы проведения конъюнктурных исследований. Подходы к исследованию экономической конъюнктуры, определение объекта и предмета исследования. Уровни конъюнктурных исследований. Структура и содержание типового обзора конъюнктуры мирового рынка конкретного товара. Стадии процесса конъюнктурного исследования мировых товарных рынков. Тема 5. Анализ конъюнктурообразующих факторов на мировых товарных рынках. Группировка конъюнктурообразующих факторов по различным классификационным признакам. Методика выявления наиболее значимых конъюнктурообразующих факторов. PEST – анализ как инструмент понимания рынка. Тема 6. Источники конъюнктурной информации. Методы сбора, систематизации и обработки статистической информации. Альтернативные источники получения информации о конкретных рынках, предприятиях, товарах.

		<p>Правовые аспекты получения и использования экономической информации. Источники статистической информации: сайты служб статистики, министерств и ведомств, общественных организаций, аналитических агентств и т.д.</p>
4	<p>Раздел 4. Использование принципов маркетинга при анализе и прогнозировании рыночной конъюнктуры товарных рынков. Показатели конъюнктуры мировых товарных рынков</p>	<p>Тема 7. Анализ деятельности участников мировых рынков Рассматривается концепция международного маркетинга. Обсуждаются вопросы емкости рынка, ценовой политики в системе экспортного маркетинга, а также организационно-управленческие операции международного маркетинга. Анализируется маркетинг во внешнеэкономической деятельности российских фирм и предприятий. Формируется общее представление о профессиональном маркетинговом исследовании конъюнктуры рынков, о специфике и многоаспектности результатов конкретных комплексных исследований по конъюнктуре рынков, о роли экономико-математических методов и моделей в изучении и прогнозировании конъюнктуры товарных рынков.</p> <p>Тема 8. Показатели конъюнктуры мировых товарных рынков. Показатели конъюнктуры как результат влияния конъюнктурообразующих факторов. Совокупность базовых показателей конъюнктуры мировых товарных рынков, группировка показателей. Важнейшие показатели: объем, динамика, структура производства и торговли, емкость и насыщенность рынка, уровень цен. Методика определения емкости и насыщенности рынка. Показатели оценки рыночной конъюнктуры: степень пропорциональности, тенденции развития рынка, уровень устойчивости, уровень деловой активности, уровень коммерческого риска, уровень монополизации рынка. Методики расчета показателей конъюнктурной оценки и области их применения.</p>
5	<p>Раздел 5. Статистические методы в конъюнктурном анализе и прогнозировании мировых рынков. Индексы рыночной конъюнктуры.</p>	<p>Тема 9. Использование статистических методов в конъюнктурном анализе и прогнозировании мировых рынков. Развиваются общие представления по проблеме прогнозирования. Массивы экономической информации и формы ее записи. Динамические ряды, условия их правильного построения. Основные показатели анализа рядов динамики и приемы их преобразования. Прогноз конъюнктуры рынка, его назначение и стадии. Явные и неявные связи между статистическими показателями конъюнктуры. Корреляционно-регрессионный анализ в конъюнктурных исследованиях, его сущность, цели и области применения. Техническое обеспечение статистического анализа: ППП «Microsoft Excel», программа для профессионального анализа статданных «Eviews». Этапы анализа экономических взаимосвязей: выявление</p>

		<p>наличия связи между показателями, определение формы, силы и направления связи. Парная и множественная линейные регрессии. Результаты корреляционно-регрессионного анализа, смысл и экономическая интерпретация полученных показателей. Оценка значимости полученных моделей и прогнозирование дальнейшей динамики показателей</p> <p>Тема 10. Индексы рыночной конъюнктуры</p> <p>Методика расчета известных индексов мировой экономики: фондовых индексов Доу Джонса, Стандарт и Пур, индекса растущей конкурентоспособности (Growth Competitiveness Index), индекса TIGER (Tracking Indices for the Global Economic Recovery), индекса потребительского доверия, индексов делового оптимизма (диффузионные индексы PMI, TANKAN) и некоторых других</p>
--	--	--

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семинары	СРС	Всего час.
1.	Конъюнктура рынка как объект исследования. Мировой рынок как система отдельных товарных рынков	4	6	-	-	6	16
2.	Экономическая конъюнктура мировых товарных рынков: сущность и факторы формирования. Циклы в развитии конъюнктуры	4	4	-	-	10	16
3.	Основы конъюнктурных исследований мировых рынков. Основные источники информации для исследования, анализа и прогнозирования конъюнктуры мировых товарных рынков	2	6	-	-	12	20
4.	Использование принципов маркетинга при анализе и прогнозировании рыночной конъюнктуры товарных рынков. Показатели конъюнктуры мировых товарных рынков	4	10	-	-	12	24
5	Статистические методы в конъюнктурном анализе и прогнозировании мировых рынков. Индексы рыночной конъюнктуры.	4	10	-	-	14	32
ИТОГО		18	36			54	108

6. Лабораторный практикум – не предусмотрен

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
7.1	1	Современная структура мирового рынка и ее эволюция за последние 100 лет. Факторы, обусловившие формирование	6

		современной структуры мирового рынка. Определение значимости факторов. Обзор важнейших мировых рынков: нефти и газа, черных и цветных металлов, сельскохозяйственных продуктов (пшеницы, мяса, чая и кофе, хлопка, рыбопродуктов и других), машин и оборудования, технологий, лесопроductов, услуг (транспортных, туристических, рекламных и других).	
7.2	2	Выбор мирового рынка конкретной страны для осуществления индивидуального конъюнктурного исследования. Поиск информации. Сбор статистического материала. Расчет и анализ макроэкономических показателей страны. Построение географической и товарной структуры импорта и экспорта. Выявление основных товарных групп. Экспертная оценка прогноза основных товарных групп.	4
7.3	3	Выбор мирового рынка конкретного товара для осуществления индивидуального конъюнктурного исследования. Поиск информации. Осуществление PEST – анализа для данного рынка. Определение стратегии входа на рынок. Сегментация потребительской аудитории, выявление целевой группы, ее требований к товару. Формирование базы данных участников выбранного рынка. Позиционирование товара по ключевым функциональным признакам. Углубленный конкурентный анализ. Анализ стратегий ценообразования.	6
7.4	3, 4	Расчет структуры и динамики объемов производства и торговли на конкретном товарном рынке. Определение емкости и насыщенности данного рынка на основе изученных методик. Расчет показателей оценки рыночной конъюнктуры на основе собранной информации и изученных методик. Расчет индивидуальных и агрегированных индексов рыночной конъюнктуры различными методами. Включение полученных результатов в отчет о результатах индивидуальной работы. Технология расчета индексов цен по экспорту и импорту в целом и товарным группам и отдельным товарам с разной степенью агрегированности товаров по данным международных статистических органов. *	6
7.5	2, 3, 4, 5	Использование статистических методов в конъюнктурном анализе мирового рынка конкретного товара. Проведение корреляционно-регрессионного анализа на основе собранных статистических данных с помощью ППП «Microsoft Excel». Выявление связи между показателями, определение формы, силы и направления связи. Осмысление и экономическая интерпретация полученных результатов. Прогнозирование дальнейшей динамики конъюнктурных показателей. Включение полученных результатов в отчет о результатах индивидуальной работы. Технология экономико-математического моделирования и прогнозирования мировых товарных рынков в Excel: линейные, нелинейные, самокорректирующиеся (адаптивные) и многофакторные	8

		модели – точечные и интервальные прогнозы.	
7.6		Защита групповых итоговых творческих исследований.	6
		ИТОГО	36

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Класс, оборудованный персональными компьютерами с доступом в Интернет и подключенный к сети РУДН, программное обеспечение: Специализированная программа Eviews, MS Office.

9. Информационное обеспечение дисциплины

а) программное обеспечение: Программный комплекс MS Office 2013/2016 для написания работы, решения задач, проведения статистического анализ, программа Eviews для проведения статистического анализа и моделирования.

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Балашова С.А., Лазанюк И.В. Эконометрика в задачах и решениях: учебное пособие для магистров. М.: РУДН, 2-е изд., 2017 (электронная книга, доступ в РУДН).
2. Матюшок В.М., Балашова С.А., Лазанюк И.В. Основы эконометрического моделирования с использованием Eviews: Учебное пособие. – М.: РУДН, 2015. – 164 с. (электронная книга, доступ в РУДН).
3. Клинов В.Г. Мировые товарные рынки и цены: учебник / В.Г.Клинов, Л.С.Ревенко, Т.И.Ружинская; под ред. Л.С.Ревенко. — М.: МГИМО-Университет, 2018. — 664 с.

б) дополнительная литература

4. Российский статистический ежегодник 2017 - 2015 г. Экспорт Российской Федерацией основных товаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b17_13/Main.htm
5. Голубкова Е.Н., Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг: учеб.-метод. пособие. – М.: Дело и Сервис, 2008. – 256 с.
6. Матюшок В.М., Балашова С.А., Лазанюк И.В. Основы эконометрического моделирования с использованием Eviews: Учебное пособие. – М.: РУДН, 2011. – 164 с.
7. Руднева А. О. Международная торговля и мировые товарные рынки. М.: Восток-Запад, 2014. – 288 с.
8. Савицкая Е.В., Лебединская Е.В. Экономический анализ современных рынков: Учеб. пособие. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 208 с.
9. Цены и ценообразование: Учебник для вузов / Под ред. В.Е. Есипова. – СПб: Питер, 2008. – 480 с.
10. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм, демократия. – М.: Эксмо, 2007. – 864 с. (Глава VI. Цикл конъюнктуры)

в) периодические издания

11. Труды: Института проблем прогнозирования РАН, Института конъюнктуры аграрного рынка и др.
12. Журнал «Проблемы прогнозирования»
13. Журнал «Конъюнктура товарного рынка»
14. Журнал «Мировая экономика и международные отношения»
15. Бюллетень иностранной коммерческой информации - БИКИ
16. Журнал «Международная экономика»
17. Журнал «Экономические исследования»
18. Trade and Development Report, UNCTAD.

г) интернет-ресурсы

1. Федеральная служба государственной статистики: [Официальный сайт]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
2. Министерство экономического развития РФ: [Официальный сайт]. - Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>.
3. International Data Corporation: [Официальный сайт]. - Режим доступа: www.idc.com.
4. Всемирная торговая организация: [Официальный сайт]. - Режим доступа: www.wto.org.
5. Конференция ООН по торговле и развитию: [Официальный сайт]. - Режим доступа: www.unctad.org.
6. Отдел статистики ООН, United Nations. Statistics Division: [Официальный сайт]. - Режим доступа: <http://unstats.un.org/unsd/default.htm>.
7. Статистический отдел Европейской экономической комиссии ООН (ЕЭК ООН), United Nations Economic Commission for Europe (UNECE). Statistical Division: [Официальный сайт]. - Режим доступа: http://www.unece.org/stats/stats_h.html.
8. Департамент статистики труда Международной организации труда (МОТ), International Labour Office (ILO). Department of statistics. [Официальный сайт]. - Режим доступа: <http://laborsta.ilo.org>.
9. Отдел статистики продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН, FAO, Statistics Division: [Официальный сайт]. - Режим доступа: <http://faostat.fao.org>.
10. Институт статистики ЮНЕСКО, Institute for Statistics, UNESCO: [Официальный сайт]. - Режим доступа: www.unesco.com.
11. Статистическое бюро Европейского Союза (Евростат) Statistical Office of the European Communities (Eurostat): [Официальный сайт]. - Режим доступа: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>.
12. Статистический департамент Международного валютного фонда (МВФ), International Monetary Fund. Statistics Department: [Официальный сайт]. - Режим доступа: <http://www.imf.org/external/index.htm>.
13. Статистический директорат Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). Statistics Directorate: [Официальный сайт]. - Режим доступа: <http://www.oecd.org>.
14. Постоянное бюро Международного статистического института (МСИ), International Statistical Institute (ISI). Permanent office: [Официальный сайт]. - Режим доступа: <http://www.isi-web.org>.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучение дисциплины осуществляется в соответствии с указанным порядком следования тем лекций и практических занятий и предполагает организацию подачи и изучения учебного материала с использованием интерактивных форм обучения. В процессе освоения знаний применяются средства визуализации в виде презентаций PowerPoint; задания для самостоятельной работы размещаются на Учебном портале РУДН.

Спецкурс «Анализ и прогнозирование конъюнктуры рынков» ориентирован на группы до 30 человек, что позволяет примерно до 80% процентов аудиторной работы организовать в интерактивной форме.

В процессе аудиторной лекционной и практической работы над учебным материалом, осуществляемой в компьютерных аудиториях, широко используются мультимедиа проекторы, позволяющие организовать интерактивное изучение материала, постоянное творческое общение между рабочими студенческими подгруппами с размещением учебных материалов (в частности кейсов) и результатов работы подгрупп на сетевом диске. По мере необходимости полученные в подгруппах результаты выводятся на мультимедиа проектор и демонстрируются на большом экране. При этом появляется возможность оперативно преодолевать как объективно функционирующие в учебном сознании психолого-познавательные барьеры, так и спорадически возникающие затруднения, обсуждать

типичные ошибки, своевременно исправлять их и организовывать саморефлексию (анализ собственной рече-мыслительной деятельности обучающимся) для исправления и предупреждения непродуктивных когнитивных стратегий.

В открывающемся интерактивном пространстве складываются благоприятные возможности для реализации наиболее целесообразных для каждой конкретной аудитории **интерактивных методов и форм обучения** с целью: *организации многосторонней коммуникации* в образовательном процессе; *развития эвристического коллективного мышления* как поиска ответа на сложившуюся проблему (сократовская майевтика); *формирования ключевых компетенций* студентов магистратуры; *достижения интеллектуальной автономности человека* и возможности *развития социальной компетентности*; формирование профессиональной культуры *выполнения компьютерных симуляций* и т.д.

Предлагается следующая примерная схема работы интерактивных занятий по итогам самоподготовки по выбранным для этого темам.

1. По каждой из предлагаемых тем (см. п. 8) проводится *интерактивное* занятие в соответствии с разработанным заданием. Задание предназначено для индивидуального изучения *всеми* участниками занятия.

2. В то же время материал разбивается на три части для *групповой* презентации и защиты: сначала первая группа докладывает, а две другие задают вопросы, потом вторая и т.д.

3. Доклады каждой группы готовятся в виде *презентаций* в Power Point самостоятельно выбранными в каждой группе бакалаврами (2 – 4 человека). При проведении следующих интерактивных занятий повтор выступающих не допускается – должны участвовать другие.

4. *Вопросы* к выступающим готовят все студенты оппонизирующих групп, не участвующие в презентациях. Каждый должен задать, по крайней мере, один вопрос: при ответе он либо соглашается с тем, что ответ полный, либо дополняет его. После этого дополнить или уточнить ответ могут все желающие.

5. Все презентации, вопросы и ответы в ходе занятия обсуждаются совместно, *оцениваются* преподавателем.

7. По окончании презентаций и ответов на вопросы группы совещаются и оценивают друг друга в целом.

8. Преподаватель подводит итоги занятия. *Оценки* выставляются в рейтинг на портале в соответствии с указанным порядком на следующей неделе.

Заключительным итоговым заданием является выполнение групповой работы, ориентированной на использование знаний и методов анализа и прогнозирования рыночной конъюнктуры страны или товара, а также принятия, если не оптимальных, то рациональных управленческих решений, изложенных во всех разделах дисциплины.

4.2 Методические рекомендации по организации СРС

Обязательным условием успешного изучения дисциплины является самостоятельная работа студентов вне аудитории. Студенты должны работать с рекомендованными источниками информации, находить в них ответы на контрольные вопросы, приведенные в пункте 4.2 данной программы, готовиться к дискуссиям на семинарах, закреплять навыки решения практических задач вне занятий и выполнить индивидуальную работу по конъюнктурному анализу мирового рынка конкретного товара (на выбор). При выполнении индивидуальной работы по конъюнктурному анализу следует руководствоваться следующими указаниями.

1. Работа по конъюнктурному анализу мирового рынка конкретного товара должна быть выполнена индивидуально. В случае осуществления коллективной работы количество и состав участников должны быть согласованы с преподавателем.

2. Одна работа соответствует анализу одного товарного рынка.

Перечень и тематика самостоятельных работ студентов по дисциплине

Ниже приведен перечень мировых рынков товаров и услуг, которые предлагается исследовать в рамках индивидуальной работы по конъюнктурному анализу. Студенты могут предложить свой рынок для анализа, предварительно согласовав его с преподавателем. Во время зачета результаты индивидуальной работы по конъюнктурному анализу мирового рынка конкретного товара должны быть представлены в виде презентации.

Рынок нефти

Рынок газа

Рынок драгоценных металлов и драгоценных камней

Рынок черных металлов

Рынок цветных металлов

Рынок лесной продукции

Рынок зерна

Рынок мяса

Рынок кофе

Рынок чая

Рынок изделий из кожи

Рынок хлопка

Рынок тканей

Рынки одежды и обуви

Рынок электронного оборудования

Рынок смартфонов

Рынок компьютерной техники

Рынок военной техники

Рынок бытовой техники

Рынок автомобилей

Рынок гражданских самолетов

Рынок морских судов

Рынок телекоммуникаций

Рынок детского питания

Рынок детских игрушек

Рынок транспортных услуг

Туристский рынок

Рынок рекламных услуг

Рынок предметов искусства

3. Результаты индивидуальной работы должны быть представлены в виде отчета. Объем отчета – не менее 15 страниц. Оформление отчета осуществляется в соответствии с требованиями РУДН к написанию курсовых и дипломных работ.

4. Структура работы должна включать в себя следующие разделы:

- введение;

- общая характеристика рынка;

- анализ показателей рыночной конъюнктуры;

- статистический анализ рыночной конъюнктуры;

- заключение (выводы);

- список использованной литературы;

- приложения.

Более подробный план индивидуальной работы приведен на учебном портале РУДН.

5. На все заимствованные материалы, статистическую информацию, формулы, приводимые в тексте, должны быть даны ссылки на источники информации.

6. Работа должна быть отпечатана, скреплена и подписана всеми авторами работы.

7. Работа должна быть представлена на проверку преподавателю не позднее даты, предшествующей дате зачета. Основные выводы работы должны быть изложены в презентациях и представлены перед аудиторией во время зачета.

Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины

При работе с учебными пособиями и другими источниками информации в процессе подготовки к аудиторным занятиям, проведения индивидуальной работы студенты могут воспользоваться следующим списком контрольных вопросов.

1. Дайте наиболее полное на сегодняшний день определение мирового рынка как экономической категории. Обоснуйте ответ.

2. Как выглядит современная структура мирового рынка? Чем она принципиально отличается от структуры, имевшей место 100 лет назад? 50 лет назад? 20 лет назад?

3. Какие существуют критерии разделения мировых рынков? Приведите примеры классификации рынков по различным критериям.

4. В чем состоит назначение стандартной международной торговой классификации ООН?

5. Дайте определение понятию «экономическая конъюнктура». В чем заключается динамичность конъюнктуры как экономической категории?

6. Какие факторы формируют конъюнктуру на мировом рынке? Есть ли среди них случайные факторы?

7. Можно ли предопределить заранее влияние на конъюнктуру циклических факторов?

8. Какие уровни конъюнктуры существуют? Чем отличаются характеристики конъюнктур разного уровня?

9. Каким образом научно-технический прогресс может влиять на состояние конъюнктуры мировых товарных рынков? Приведите примеры такого влияния.

10. Каким образом международные экономические и политические организации могут влиять на состояние конъюнктуры мировых товарных рынков? Приведите примеры такого влияния.

11. В чем состоит основная цель проведения конъюнктурного исследования? Как она соотносится с целями развития предприятия или организациями?

12. Обозначьте принципы и этапы проведения конъюнктурного исследования мирового товарного рынка. В чем состоит особенность проведения конъюнктурного исследования мирового рынка?

13. Каким образом осуществляется группировка конъюнктурообразующих факторов в процессе конъюнктурного исследования? Могут ли различные конъюнктурообразующие факторы иметь схожие значения классификационных признаков?

14. В чем заключается сущность и область применения PEST – анализа?

15. Какие виды и типы экономической информации вы знаете? Какая информация используется при проведении конъюнктурных исследований мировых рынков?

16. Назовите важнейшие источники статистической информации, характеризующей процессы на мировых товарных рынках.

17. Какие методы сбора и систематизации информации вы применяли при выполнении конъюнктурного анализа выбранного вами мирового товарного рынка? Какими источниками вы пользовались? Какие формы записи были для вас наиболее предпочтительными? Обоснуйте ответ.

18. Какие факторы формируют спрос на мировых рынках? Какие факторы формируют спрос на выбранном вами мировом товарном рынке?

19. Какова главная цель сегментации рынка? Дайте развернутый ответ.

20. Чем определяется тип конкуренции на рынке? Приведите примеры рынков с различным типом конкуренции.

21. Какими ключевыми функциональными параметрами обладают товары на выбранном вами мировом товарном рынке? Кто из конкурентов обладает преимуществами по тем или иным параметрам?

22. Какие предприятия или организации можно признать лидерами на тех или иных мировых товарных рынках? По каким признакам можно определить лидеров?

23. Какие стратегии ценообразования существуют на мировых рынках?

24. Насколько сильно влияние брендов на установление мировой цены на тот или иной товар? Приведите примеры мировых товарных рынков, на конъюнктуру которых очень существенно влияет брендовая политика предприятий.

25. Перечислите важнейшие показатели конъюнктуры любого товарного рынка.

26. В чем состоит особенность показателей оценки рыночной конъюнктуры?

27. В чем заключается трудность определения емкости и насыщенности рынка?

28. В чем состоят преимущества и недостатки индексного метода при конъюнктурном анализе мировых рынков?

29. В каких случаях целесообразно использовать методы расчета индексов на основе средних простых величин, а в каких – на основе средних взвешенных?

30. Почему индекс Фишера называют идеальным?

31. Какие методы используются при расчете индексов мирового фондового рынка?

32. В чем заключаются особенности расчета диффузионных индексов?

33. Целесообразно ли применение диффузионных индексов при конъюнктурном анализе выбранного вами мирового товарного рынка?

34. Каким образом выявляются неявные связи между статистическими показателями конъюнктуры?

35. Что позволяет выявить корреляционно-регрессионный анализ в конъюнктурных исследованиях мировых рынков? Имеют ли чисто экономическую интерпретацию результаты математического анализа статистических данных?

36. Назовите основные причины несопоставимости элементов динамических рядов экономических показателей.

37. Ряды каких показателей вы использовали при статистическом анализе выбранного вами мирового товарного рынка? Какова теснота связи между факторными и результативными показателями? Возможно ли использовать полученные в итоге статистического анализа данные для прогнозирования рыночной конъюнктуры?

38. Каким образом можно оценить обоснованность выбранной формы связи между рядами данных (парная или множественная, линейная или нелинейная)?

39. Каково прикладное значение конъюнктурного анализа мировых рынков? Кто обычно осуществляет конъюнктурный анализ рынка на предприятии?

40. Что представляет собой конъюнктурный мониторинг рынка, и какова его связь с конъюнктурным анализом?

Российский университет дружбы народов
Кафедра экономико-математического моделирования

“Утверждено”
на заседании кафедры ЭММ
Протокол №1 от 30 августа 2019 г.

Заведующий кафедрой

_____ Балашова С.А.

Фонд оценочных средств

по учебной дисциплине

«АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКОВ»

Рекомендуется для направления подготовки

38.04.02 Менеджмент,

специализация «Управление международными проектами»

1 семестр

Квалификация Магистр

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине Анализ и прогнозирование конъюнктуры рынков

Направление Экономика (38.03.01) специализация «Управление международными проектами»

Дисциплина Анализ и прогнозирование конъюнктуры рынков

Код контролируемой компетенции или ее части	Контролируемый раздел дисциплины	Контролируемая тема	Формы контроля уровня освоения дисциплины в соответствии с программой						Баллы темы	Баллы раздела
			Аудиторная работа			Самостоятельная работа				
			Контрольная работа (проект)	Интерактивный семинар (дискуссия)	Тест	Опрос/ Решение задач	Выполнение ДЗ	Творческая работа (эссе)		
ОК-1, ОК-2	Конъюнктура рынка как объект исследования. Мировой рынок как система отдельных товарных рынков	Тема 1. Мировой рынок как система отдельных товарных рынков. Рассматриваются цели, задачи и система конъюнктурных исследований; методические принципы изучения анализа и конъюнктуры мировых товарных рынков; основные виды прогнозов рыночной конъюнктуры, этапы и сценарии разработки.					2			5
ОК-1, ОК-2, ОК-3		Тема 2. Экономическая конъюнктура мировых товарных рынков: сущность и факторы формирования. Современные определения конъюнктуры как экономической категории. Виды конъюнктуры: общехозяйственная, отраслевая, рыночная. Количественные и качественные характеристики		3						

		экономической конъюнктуры. Свойства конъюнктуры.									
ОК-1, ОК-2	Экономическая конъюнктура мировых товарных рынков: сущность и факторы формирования. Циклы в развитии конъюнктуры	Тема 3. Циклические факторы формирования экономической конъюнктуры. Циклические факторы формирования экономической конъюнктуры. Система экономических циклов (малых, средних, больших) конъюнктуры мировой экономики, закономерности их проявления. Фазы делового цикла (кризис, депрессия, оживление, подъем) как фундаментальные факторы формирования конъюнктуры мировых товарных рынков.		5							5
ОК-1, ОК-2, ОК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-8	Основы конъюнктурных исследований мировых рынков. Основные источники информации для исследования, анализа и прогнозирования конъюнктуры мировых товарных рынков	Тема 4. Конъюнктурные исследования как вид научно-прикладных исследований. Анализируется методология построения индексов цен по экспорту и импорту в целом и товарным группам и отдельным товарам с разной степенью агрегированности товаров по данным международных статистических органов.			2						10
ОК-1, ОК-2, ОПК-3		Тема 5. Анализ конъюнктурообразующих факторов на мировых товарных рынках. Группировка конъюнктурообразующих факторов по различным классификационным признакам. Методика выявления наиболее значимых конъюнктурообразующих факторов. PEST – анализ как инструмент понимания рынка					5				
		Тема 6. Источники конъюнктурной информации. Методы сбора, систематизации и обработки статистической информации. Альтернативные					3				

		источники получения информации о конкретных рынках, предприятиях, товарах. Правовые аспекты получения и использования экономической информации.									
ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-3, ПК-8,	Использование принципов маркетинга при анализе и прогнозировании рыночной конъюнктуры товарных рынков. Показатели конъюнктуры мировых товарных рынков	Тема 7. Анализ деятельности участников мировых рынков. Формирование общего представления о профессиональном маркетинговом исследовании конъюнктуры рынков, о специфике и многоаспектности результатов конкретных комплексных исследований по конъюнктуре рынков, о роли экономико-математических методов и моделей в изучении и прогнозировании конъюнктуры товарных рынков.		2		3					10
ОК-1, ОК-2, ПК-6, ПК-7	конъюнктуры мировых товарных рынков	Тема 8. Показатели конъюнктуры мировых товарных рынков. Общее представление о профессиональном маркетинговом исследовании конъюнктуры рынков, о специфике и многоаспектности результатов конкретных комплексных исследований по конъюнктуре рынков, о роли экономико-математических методов и моделей в изучении и прогнозировании конъюнктуры товарных рынков				5					
ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-8, ОК-1, ОК-2	Статистические методы в конъюнктурном анализе и прогнозировании мировых рынков. Индексы рыночной	Тема 9. Использование статистических методов в конъюнктурном анализе и прогнозировании мировых рынков. Методологический статус прогнозирования, истинность предвидения, прогнозирование как опережающее отражение действительности, характер детерминации будущего прошлым и настоящим при прогнозировании. Проекция философско-методологической позиции на				5					10

	конъюнктуры.	прогнозирование конъюнктуры рынков обосновывает применение экономико-математических методов и моделей для целей анализа и краткосрочного прогнозирования мировых цен и спроса.									
ПК-4, ОК-1, ОК-2		Тема 10. Индексы рыночной конъюнктуры. Методика расчета известных индексов мировой экономики.				5					
		Реферат (эссе, статья)							10		10
		Рубежная аттестация (контрольная работа)			10						10
		Проект (эссе)	20								20
		Итоговый тест			20						20
		ИТОГО	20	10	30	20	5	5	10		100

Кафедра экономико-математического моделирования

Комплект вопросов для проведения опроса по темам

по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры рынков»

Опрос по теме проводится в устной форме, студентам предлагается ответить на ряд вопросов. Студент может ответить не более чем на 1 вопрос, развернуто или кратко.

Порядок опроса — первый вопрос доступен для ответа всем студентам, после ответа ответивший студент не может отвечать на другие вопросы. Если никто из студентов не проявляет инициативы, преподаватель сам вызывает одного из студентов. После ответа студент не может отвечать на другие вопросы. После первого вопроса процедура повторяется, каждый раз студентов, которые могут быть вызваны для ответа, становится все меньше.

Вопросы доступны студентам заранее, возможность «распределения» вопросов не исключается.

Опрос рассчитан на группу до 15 человек, в случае большей численности группы — некоторые вопросы могут быть разбиты на 2 части.

Критерии оценки:

Верный развернутый ответ — 2 балл. Верным признается любой ответ, содержащий информацию, отраженную в источниках из списка основной и рекомендованной литературы, лекций, достоверных источников. Развернутый ответ предполагает наличие структуры ответа, ссылки на источник, логики ответа и пояснений.

Верный краткий ответ — 1 балл. Верным признается любой ответ, содержащий информацию, отраженную в источниках из списка основной и рекомендованной литературы, лекций, достоверных источников. Краткий ответ предполагает непосредственно ответ на вопрос без дополнительных пояснений.

Неверный ответ — 0 баллов.

Перечень вопросов:

Раздел 1, Тема 1: Мировой рынок как система отдельных товарных рынков

1. Что включает понятие мирового товарного рынка?
2. Какие существуют критерии разделения мировых рынков? Приведите примеры классификации рынков по различным критериям.
3. Виды рынков (мировой, мировой товарный, внутренний, **национальный** и др)
4. Какие факторы относятся к определению уровня экономического развития страны?
5. Какие факторы относятся к определению экономического потенциала страны?
6. Показатели эффективности национального производства.
7. Показатели степени участия страны в международной экономике.

Раздел 1, Тема 2: Экономическая конъюнктура мировых товарных рынков: сущность и факторы формирования

1. Что собой представляет конъюнктура рынка?
2. Перечислите Конъюнктурообразующие факторы.
3. Классификация конъюнктурообразующих факторов
4. Дайте определение понятию «экономическая конъюнктура». В чем заключается динамичность конъюнктуры как экономической категории?
5. Какие факторы формируют конъюнктуру на мировом рынке? Есть ли среди них случайные факторы?
6. От чего зависит конъюнктура?

7. Показатели конъюнктуры
8. Уровни исследования конъюнктуры
9. Факторы формирования цены (**Макроэкономические**, специфические)
10. Факторы формирования цены (**Макроэкономические**, **специфические**)
11. От чего зависит динамика цен (цена реализации и **цена производства**)
12. От чего зависит динамика цен (**цена реализации** и цена производства)
13. Затраты на единицу продукции (цена производства) как объективная основа формирования рыночных цен.
14. Что необходимо учитывать для анализа и прогнозирования цены на товары?

Раздел 2, Тема 3. Циклические факторы формирования экономической конъюнктуры

1. Фазы среднесрочного экономические циклы (кризис):
2. Фазы среднесрочного экономические циклы (депрессия):
3. Фазы среднесрочного экономические циклы (оживления):
4. Фазы среднесрочного экономические циклы (подъема):
5. Можно ли предопределить заранее влияние на конъюнктуру циклических факторов?
6. Какие показатели используют для проведения конъюнктурного анализа в зависимости от временного периода (краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные).
7. Повышательная волна цикла Кондратьева.
8. Понижательная волна цикла Кондратьева.
9. Понятие цикличности в развитии конъюнктуры. Периодичность циклов конъюнктуры. Среднесрочные и долгосрочные циклы; их материально-техническая основа.

Раздел 2, Тема 4. Конъюнктурные исследования как вид научно-прикладных исследований

1. Для проведения краткосрочные и среднесрочного конъюнктурного анализа, какие факторы включают для исследования, а какие нет?
2. Что собой представляет трендовая модель динамики рынка?
3. Как определить темп роста развития рынка?
4. Индекс физического объема товарооборота представляет собой:
5. В чем проявляется устойчивость развития рынка?
6. Что такое тестирование рынка?
7. Что собой представляет фактор состояния/развития рынка?
8. Что входит в понятие сегментации рынка?
9. Как реагирует рынок на различия в структуре потребления, в частности должна ли проявиться связь между возможностями потребления (располагаемыми ресурсами) и структурой покупок потребительских товаров?
10. Что представляет собой эластичность спроса?
11. Какое определение Вы даете коэффициенту эластичности спроса?
12. Согласны ли Вы с утверждением, что теоретический коэффициент эластичности базируется на принципах регрессионного анализа?
13. Что такое перекрестная эластичность спроса?
14. Что такое конкурентный анализ?
15. Что такое коэффициент конкурентоспособности?
16. Что представляет собой анализ неценовой конкуренции?
17. Что включает в себя анализ конкурентной роли товара?

Раздел 2, Тема 5. Анализ конъюнктурообразующих факторов на мировых товарных рынках

1. Что относится к конъюктурообразующим факторам?
2. Что относится к показателям конъюнктуры?

3. Что обуславливает НТП с точки зрения мирового товарного обращения?
4. Что относится к ценообразующим факторам?
5. Виды внешнеторговых цен (справочная, биржевая и тд).
6. Основная цель изучения конъюнктуры товарного рынка.
7. Главная цель информационного обеспечения исследований конъюнктуры рынка.
8. Что собой представляют реакции рынка?

Раздел 4, Тема 7. Показатели конъюнктуры мировых товарных рынков.

1. Стимулирующие и сдерживающие факторы конъюнктуры
2. Что такое потребность товара?
3. Потенциальный рынок — это?
4. Какие понятия используют для характеристики потенциала рынка?
5. Какой признак учитывается/не учитывается при сегментации рынка товаров производственного назначения?
6. Показатели внутрирегиональной торговли:
7. Что дает анализ конъюнктуры?
8. Характеристики конъюнктуры товарного рынка:
9. Этапы конъюнктурного анализа:
10. Что такое индикатор рынка?
11. Как определяется доля рынка?
12. Что собой представляет емкость рынка?
13. Факторы, влияющие на емкость рынка:
14. Для каких целей необходим расчет емкости рынка?
15. В чем отличие емкости рынка от объема рынка?
16. Методы расчета объема рынка (4 метода).

Раздел 5, Тема 8. Показатели конъюнктуры мировых товарных рынков.

1. Соотношение понятий: Конъюнктурообразующие и ценообразующие факторы. Система факторов, образующих цены.
2. Краткосрочный прогноз факторы.
3. Среднесрочный прогноз факторы.
4. Как оценить надежность прогноза развития рынка?
5. Основные методы прогнозирования экономической конъюнктуры.
6. Виды прогнозов конъюнктуры товарного рынка. Прогнозируемые показатели.
7. Цены как важнейший, интегральный показатель рыночной конъюнктуры. Виды цен международной торговли. Понятие «мировая цена».
8. Основные черты и тенденции развития конъюнктуры глобального мирового хозяйства на современном этапе.
9. Воздействие ТНК на конъюнктуру большинства товарных рынков.
10. Основные закономерности и ведущие тенденции динамики цен мирового рынка по основным товарным группам.
11. Состояние и современные тенденции развития мирового рынка товара (на примере).
12. Состояние и перспективы развития общехозяйственной конъюнктуры страны (на примере).
13. Источники информации о состоянии мировой общехозяйственной конъюнктуры, конъюнктуры национальной экономики и конъюнктуры отдельных товарных рынков.
14. Что представляет собой экстраполяция развития рынка?
15. Считаете ли Вы, что рост денежного дохода во всех случаях является фактором изменения спроса?

16. Основные факторы формирования и развития конъюнктуры мировых рынков сельскохозяйственного и продовольственного сырья (на примере рынка зерновых). Место России на мировом рынке зерновых.
17. Современные особенности мирового рынка продовольственного сырья. Изменение в динамике цен на продовольствие на современном этапе.
18. Состояние и современные тенденции развития мирового рынка машин и оборудования.
19. Место России на мировом рынке машин и оборудования. Необходимость совершенствования структуры российского внешнеторгового оборота.
20. Топливо-энергетическое обеспечение мирового хозяйства. Проблемы ресурсосбережения и экологической безопасности.
21. Мировой рынок нефти и нефтепродуктов. Комплекс конъюнктурообразующих факторов, оказывающих ключевое влияние на указанный рынок.
22. Рынок биотоплива. Роль экологических факторов в развитии рынков альтернативного топлива.
23. Основные факторы, оказывающие влияние на конъюнктуру рынка черных и цветных металлов.
24. Современное состояние и особенности развития мирового рынка продукции химической промышленности.
25. Состояние и современные тенденции развития мирового рынка машин и оборудования.
26. Место России на мировом рынке машин и оборудования. Необходимость совершенствования структуры российского внешнеторгового оборота.
27. Состояние рынка непродовольственных сельскохозяйственных товаров.
28. Современные тенденции в развитии рынков товаров широкого потребления (на примере рынка смартфонов).

Кафедра экономико-математического моделирования

Комплект практических работ по темам занятий (дискуссии)

по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры рынков»

Раздел 1, Тема 4: Экономическая конъюнктура мировых товарных рынков: сущность и факторы формирования

Описание задания:

Необходимо ознакомиться с методическими указаниями, размещенными в ТУИС в разделе курса. Решить задачи по теме в программе Excel. Файл с решенными задачами загрузить в ТУИС.

Задача 1. Рассчитать емкость рынка *товара К* за 2015 г. в РФ, при импорте *товара К* в размере 567 000 тыс. м² и экспорте, превышающем в 2 раза импорт в расчетном году. Общий объем производства по РФ определен равным 182 000 тыс. м². Остаток на складах на начало 2015 года составлял 156 000 тыс. м², а на конец 2015 года данный остаток сократился в 3,5 раза.

Задача 2. Необходимо определить емкость рынка *товара Е*, если их средняя цена за упаковку равна 130 руб., а за 2015 год из общего населения в 49 тыс. человек только 20 % человек совершили покупку *товара Е*. Из них 3 % покупателей совершили покупку данного товара 3 раза за год, а остальные – только один раз.

Задача 3. В результате проведенных предприятием маркетинговых исследований предполагается увеличение доли предприятия на рынке от 18 до 22 % при емкости рынка 62 млн шт. продукта. Необходимо рассчитать дополнительную прибыль предприятия в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 1400 руб., а емкость рынка не изменится. Затраты предприятия на проведение маркетинговых исследований составили 70 млн руб.

Варианты заданий по проверке знаний практических заданий

Вариант 1

1. Охарактеризовать цель изучения конкурентов и выделить основные вопросы, на которые необходимо дать ответ при проведении исследования.
2. Какие источники информации о конкурентах (перечислить) могут быть использованы при проведении кабинетных исследований.
3. В чем сущность качественных методов исследования – «Дельфи-группа» и «Фокус-группа».
4. Перечислить правила составления анкеты.

Вариант 2

1. Охарактеризовать цели изучения потребителей и выделить основные методы исследования, которые могут быть использованы: при изучении отношения потребителей к определенной марке товара.
2. В чем отличие качественных и количественных методов сбора данных? Какие методы исследований можно отнести к качественным, перечислите.
3. Дать определение понятиям «выборка», «контур выборки», «ошибка выборки»
4. Перечислить (не раскрывая содержания) основные методы получения первичных данных.

Вариант 3

1. Охарактеризовать цель изучения рынка и перечислить основные показатели рыночной конъюнктуры.
2. Количественные методы исследования: перечислить, дать краткую характеристику, привести достоинства и недостатки каждого метода.
3. Перечислить внутренние и внешние источники при сборе вторичной информации.
4. Дать понятие емкости и насыщенности рынка.

Вариант 4

1. Вопросник и порядок его разработки: процесс составления опросника, правила составления анкеты, порядок расположения вопросов, методы опроса.
2. Какие вопросы должен ставить перед собой исследователь при изучении конкурентоспособности товара? Перечислить не менее 8-10.
3. Дать понятие терминам «спрос» и «предложение». Определить факторы, влияющие на спрос и предложение.
4. В каких ситуациях используют качественные методы исследований? Дайте общую характеристику методам и приведите примеры.

Вариант 5

1. Основные понятия выборочных исследований: генеральная совокупность, выборка, контур выборки, ошибка выборки.
2. В чем суть метода опроса, дать классификацию методов опроса, перечислить достоинства и недостатки.
3. Достоинства и недостатки использования вторичной информации при изучении конъюнктуры рынка.
4. Определить цель изучения конкурентов и перечислить факторы, требующие изучения при проведении данного вида исследований.

Компетенции: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ПК-4, ПК-5, ПК-8

Критерии оценки:

Каждое практическое задание оценивается от 0 до 5 баллов.

Критерии оценки	Баллы		
	Ответ не соответствует критерию	Ответ частично соответствует критерию	Ответ полностью соответствует критерию
Задание выполнено в срок	0	-	0,5
Задание решено верно, выбраны верные инструменты	0	-	0,5
Студентом продемонстрирована адекватность решения контексту задачи	0	0,5	1

Результаты выполнения задания могут быть признаны корректными/верными. Студентом сделаны верные, заключения, выводы	0	1	2
---	---	---	---

Раздел 1, Тема 8. Показатели конъюнктуры мировых товарных рынков

Описание задания:

Необходимо ознакомиться с методическими указаниями, размещенными в ТУИС в разделе курса. Решить задачи по теме в программе Excel. Файл с решенными задачами загрузить в ТУИС.

Для прогнозирования показателей, подверженных сезонным изменениям может быть использовано два типа моделей:

- модель с аддитивной компонентой,
- модель с мультипликативной компонентой.

По результатам построения моделей рассчитать показатели точности прогноза:

- среднее абсолютное отклонение (MAD – mean absolute derivation)
- среднюю ошибку аппроксимации (MAPE – mean absolute percentage error)
- среднюю процентную ошибку (MPE – mean percentage error)
- среднеквадратическую ошибку (MSE – mean squared errors)

Для оценки точности модели рекомендуется создать расчетную таблицу. По результатам выполненных расчетов на основе аддитивной и мультипликативной моделей сделать выводы о точности построенных моделей по всем показателям точности прогноза и выбрать наиболее предпочтительную модель.

Пример задачи

Проанализировать данные об объеме продаж на наличие сезонных колебаний. Рассчитать прогноз на 2 квартал 2018 года на основе моделей с аддитивной и мультипликативной компонентами. Выбрать модель, обеспечивающую наибольшую точность прогноза.

Таблица 1– Исходные данные

№	t	Объем продаж, тыс. руб.
1	янв-март 2015	160
2	апр-июнь 2015	189
3	июль-сент 2015	140
4	окт-дек 2015	220
5	янв-март 2016	290
6	апр-июнь 2016	235
7	июль-сент 2016	200
8	окт-дек 2016	285
9	янв-март 2017	350
10	апр-июнь 2017	310
11	июль-сент 2017	250
12	окт-дек 2017	310
13	янв-март 2018	370

Отчет по практической работе

Отчет по лабораторной работе должен содержать:

1. Титульный лист, оформленный в соответствии с требованиями ГОСТ,
2. Исходные данные, результат выполнения заданий, выводы по лабораторной работе.

Защита отчета предполагает проверку знаний, как по содержанию используемых методик, так и по практическим вопросам их реализации в среде MS Excel.

Компетенции: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ПК-8

Критерии оценки:

Каждое практическое задание оценивается от 0 до 5 баллов.

Критерии оценки	Баллы		
	Ответ не соответствует критерию	Ответ частично соответствует критерию	Ответ полностью соответствует критерию
Задание выполнено в срок	0	-	0,5
Задание решено верно, выбраны верные инструменты	0	-	0,5
Студентом продемонстрирована адекватность решения контексту задачи	0	0,5	1
Результаты выполнения задания могут быть признаны корректными/верными. Студентом сделаны верные, заключения, выводы	0	1	2

Раздел 1, Тема 9. Использование статистических методов в конъюнктурном анализе и прогнозировании мировых рынков.

Описание задания:

Необходимо ознакомиться с методическими указаниями, размещенными в ТУИС в разделе курса. Решить задачи по теме в программе Excel. Файл с решенными задачами загрузить в ТУИС.

Выполнить прогнозирование данных с использованием методов прогнозирования временных рядов, основанные на анализе средних:

- на основе анализа средних
- по методу экспоненциального сглаживания
- по методу скользящей средней с использованием разных длин (N=3, N=4)

По результатам построения моделей рассчитать показатели точности прогноза:

- среднее абсолютное отклонение (MAD – mean absolute derivation)
- среднюю ошибку аппроксимации (MAPE – mean absolute percentage error)
- среднюю процентную ошибку (MPE – mean percentage error)
- среднеквадратическую ошибку (MSE – mean squared errors)

Для оценки точности выполненных прогнозов рекомендуется создать расчетную таблицу. Сделать выводы о точности построенных прогнозов по всем показателям точности прогноза и выбрать наиболее точном прогнозе.

Показатели	Методы прогнозирования			
	Прогнозирование на основе анализа средних	Прогнозирования по методу экспоненциального сглаживания	Прогнозирование по методу скользящей средней (N =3)	Прогнозирование по метод скользящей средней (N =4)
Показатель средней относительной погрешности				
Показатель средней квадратической погрешности				
Прогноз				
Выбор		7		

Пример задачи

Задание 1. Прогнозирование по методу простой скользящей средней

Сделайте прогноз курса валют на завтра. В качестве базы расчета используйте данные Центрального банка РФ за предыдущие две (три) недели, такие же, как первом задании.

Задание 1. Выбор прогнозного значения.

Для всех методов рассчитайте показатели, используемые для проверки качества аппроксимации:

- Показатель средней относительной погрешности
- Показатель средней квадратической погрешности

Отчет по практической работе

Отчет по лабораторной работе должен содержать:

1. Титульный лист, оформленный в соответствии с требованиями ГОСТ,
2. Исходные данные, результат выполнения заданий, выводы по лабораторной работе.

Защита отчета предполагает проверку знаний, как по содержанию используемых методик, так и по практическим вопросам их реализации в среде MS Excel.

Компетенции: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-3, ПК-6, ПК-8

Критерии оценки:

Каждое практическое задание оценивается от 0 до 5 баллов.

Критерии оценки	Баллы		
	Ответ не соответствует критерию	Ответ частично соответствует	Ответ полностью соответствует

		критерию	критерию
Задание выполнено в срок	0	-	0,5
Задание решено верно, выбраны верные инструменты	0	-	0,5
Студентом продемонстрирована адекватность решения контексту задачи	0	0,5	1
Результаты выполнения задания могут быть признаны корректными/верными. Студентом сделаны верные, заключения, выводы	0	1	2

Кафедра экономико-математического моделирования

Индивидуальная творческая работа (эссе, научная статья)

по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры рынков»

Описание задания:

Необходимо собрать материал для проведения анализа конъюнктуры рынка товара согласно структуре, приведенной в плане работы (см. Приложение 1). Ниже приведен перечень мировых рынков товаров и услуг, которые предлагается исследовать в рамках индивидуальной работы по конъюнктурному анализу. Студенты могут предложить свой рынок для анализа, предварительно согласовав его с преподавателем. Работа выполняется в группе из 2-х человек. Все собранные данные должны быть из открытых источников с указанием даты доступа. Во время зачета результаты индивидуальной работы по конъюнктурному анализу мирового рынка конкретного товара должны быть представлены в виде аналитической справки, расчетного файла и презентации.

Темы индивидуальных творческих проектов

1. Рынок нефти
2. Рынок газа
3. Рынок драгоценных металлов и драгоценных камней
4. Рынок черных металлов
5. Рынок цветных металлов
6. Рынок лесной продукции
7. Рынок зерна
8. Рынок мяса
9. Рынок кофе
10. Рынок чая
11. Рынок изделий из кожи
12. Рынок хлопка
13. Рынок тканей
14. Рынки одежды и обуви
15. Рынок электронного оборудования
16. Рынок сотовых телефонов
17. Рынок компьютерной техники
20. Рынок автомобилей
21. Рынок программного обеспечения
22. Рынок гражданских самолетов
23. Рынок морских судов
24. Рынок телекоммуникаций
26. Рынок детских игрушек
27. Рынок транспортных услуг
28. Туристский рынок
29. Рынок рекламных услуг
30. Рынок предметов искусства
31. Рынок финансовых услуг

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Кафедра экономико-математического моделирования

ОТЧЕТ
о результатах индивидуальной работы
по конъюнктурному анализу мирового рынка товара (указать товар) _____

Выполнил:
Студент группы ЭЭ _____ (ФИО)

Проверил:
Доцент кафедры ЭММ _____ (ФИО)

Москва, 20__

Содержание

Введение

1 Общая характеристика рынка

- 1.1 Определение типа рынка
- 1.2 Выявление конъюнктурообразующих факторов. PEST - анализ
- 1.3 Анализ потребительской аудитории
- 1.4 Анализ функциональных свойств товара
- 1.5 Анализ конкурентной среды. Брендový анализ
- 1.6 Стратегии и особенности ценообразования

2 Анализ основных показателей рыночной конъюнктуры

- 2.1 Обзор базовых показателей конъюнктуры рынка
- 2.2 Определение емкости и насыщенности рынка
- 2.3 Расчет показателей оценки рыночной конъюнктуры
- 2.4 Расчет индексов рыночной конъюнктуры

3 Статистический анализ рыночной конъюнктуры

- 3.1 Обзор статистических показателей рынка в динамике
- 3.2 Корреляционно-регрессионный анализ статистических данных
- 3.3 Прогноз рыночной конъюнктуры

Заключение (выводы)

Список использованной литературы

Приложения

Объем и требования к оформлению:

Объем работы до 8-10 страниц (шрифт Times, кегль 12, интервал 1).

Каждый раздел эссе формируется и описывается в свободной форме, обязательно наличие информации по каждому разделу. Список источников должен состоять из не менее 10 источников. Подготовить презентацию для доклада на практическом занятии 10-15 слайдов.

Компетенции: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-3, ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-8

Критерии оценки

Индивидуальный творческий проект оценивается от 0 до 10 баллов:

Критерии оценки	Баллы		
	Ответ не соответствует критерию	Ответ частично соответствует критерию	Ответ полностью соответствует критерию
Работа включает все указанные в задании элементы	0	-	0,5

Работа оформлена в соответствии с требованиями	0	-	0,5
Работа логично структурирована, содержание разделов достаточно развернуто (не три пункта вида Начало – Середина – Конец)	0	-	0,5
Представленный материал имеет достаточный уровень анализа (глубокий/поверхностный). Полнота информационного массива, качество данных. Имеется собственный анализ общей характеристики рынка.	0	1	2
Наличие аналитических инструментов и представление выводов (в т.ч. использование схем, примеров, иллюстраций, графиков и т.п.). Наличие собственных расчетов показателей, индексов.	0	1	2
Наличие прогнозных тенденций выполненных самостоятельно с применением различных методов прогнозирования.	0	1	2
Представленный материал соответствует информации взятой из официальных источников (есть ссылки). Обоснованность выводов.	0	1	2
Работа сдана в срок	0	0	0,5

Кафедра экономико-математического моделирования

Темы рефератов

по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры рынков»

- 1.
2. Анализ и прогнозирование мирового рынка (на примере товара)
3. Анализ рынка и конъюнктуры рынка отечественных автомобилей.
4. Место России на мировом рынке машин и оборудования.
5. Анализ и особенности развития мирового рынка продукции химической промышленности (фармацевтики).
6. Оценка современного состояния мирохозяйственной конъюнктуры.
7. Оценка современного состояния хозяйственной конъюнктуры (на примере страны).
8. Анализ и прогнозирование мирового рынка грузовых авиаперевозок.
9. Сравнительный анализ двух ведущих авиаперевозчиков России ОАО "Сибирь" и ПАО "Аэрофлот-Российские авиалинии".
10. Анализ и прогнозирование мирового рынка пассажирских перевозок.
11. Анализ и прогнозирование рынка воздушных пассажирских перевозок в России.
12. Анализ региональных рынков воздушных пассажирских перевозок (на примере авиалиний РФ со странами СНГ и Балтии).
13. Факторы развития российского рынка пассажирских авиаперевозок.
14. Сравнительный анализ и динамика цен на услуги российских и международных авиаперевозчиков.
15. Оценка экономической эффективности деятельности аэропорта и пути ее повышения.
16. Влияние потребительского спроса на услуги авиаперевозчиков на коммерческую политику авиакомпании.
17. Оценка экономической эффективности деятельности авиакомпании и пути ее повышения.
18. Пассажиропоток аэропортов России как индикатор социально-экономической динамики регионов страны.
19. Управление качеством обслуживания авиапассажиров в аэропорту.
20. Пути повышения конкурентоспособности российских авиаперевозчиков.
21. Влияние финансовой нагрузки на авиапредприятия на доступность воздушного транспорта.
22. Аэропорт Домодедово: анализ тенденций и стратегии развития.

Компетенции:

Текстовые задания направлены на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

Критерии оценки

Реферат оценивается от 0 до 10 баллов:

Критерии оценки	Баллы		
	Ответ не соответствует критерию	Ответ частично соответствует критерию	Ответ полностью соответствует критерию

Реферат выполнен в срок	0	-	0,5
Реферат логично выстроен, четко структурирован, объем соответствует требуемому	0	-	0,5
Реферат оформлен в соответствии с требованиями	0	-	0,5
4. Студентом корректно оформлены заимствования	0	-	0,5
5. В реферате указана актуальная информация	0	0,5	1
6. Студентом представлены объективные проверенные научные источники информации	0	0,5	1
7. Студентом представлены относительно глубокие суждения и выводы	0	0,5	1
8. Реферат отражает хорошо понимает идеи, высказанных в источниках	0	0,5	1
9. Студент сопоставляет данные нескольких источников, выявляет связи между ними, проводит сравнение, обобщение, классификацию	0	0,5	1
10. Студент представляет информацию кратко и информативно	0	0,5	1
11. Студент использует собственные формулировки для представления информации	0	0,5	1
Формулировки студента не искажают смыслы, изложенные в источниках	0	0,5	1

Кафедра экономико-математического моделирования

Комплект тестовых заданий

по дисциплине «Анализ и прогнозирование конъюнктуры рынков»

Итоговый тест по дисциплине

1. Понятие мирового товарного рынка
 - a. это совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих друг с другом национальных рынков отдельных государств, участвующих в международном разделении труда, международной торговле и других форм экономических отношений;
 - b. это сфера товарно-денежных отношений между странами или хозяйствующими субъектами этих стран;**
 - c. сфера экономического общения (обмена), в рамках которой все произведенное и предназначенное для продажи реализуется внутри данной страны;
 - d. это весь рынок данной страны, часть которого связана с международным обменом (экспортом и импортом товаров и услуг).
2. Виды рынков (мировой, мировой товарный, внутренний, **национальный** и др)
 - a. это совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих друг с другом национальных рынков отдельных государств, участвующих в международном разделении труда, международной торговле и других форм экономических отношений;
 - b. это сфера товарно-денежных отношений между странами или хозяйствующими субъектами этих стран;**
 - c. сфера экономического общения (обмена), в рамках которой все произведенное и предназначенное для продажи реализуется внутри данной страны;
 - d. это весь рынок данной страны, часть которого связана с международным обменом (экспортом и импортом товаров и услуг).**
3. Какие факторы не относятся к определению уровня экономического развития страны?
 - a. Размер территории;**
 - b. Численность населения;**
 - c. ВВП на душу населения;
 - d. производство основных видов продукции на душу населения;
 - e. отраслевая структура национальной экономики и соответствующий ей тип экономического роста;
 - f. уровень и качество жизни населения,
 - g. показатели эффективности национального производства (показатели отдачи, показатели емкости)
4. Какие факторы относятся к определению экономического потенциала страны?
 - a. объем,
 - b. структура,
 - c. качество,

- d. технический уровень производимых в стране товаров и услуг,
 - e. накопленные страной на своей территории и за рубежом материальные и другие ценности
5. Что не относится к показателям эффективности национального производства?
- a. Производительность труда
 - b. Фондоотдача
 - c. Трудоемкость
 - d. Фондоемкость
 - e. Материалоемкость
 - f. Капиталоемкость**
6. Что не относится к показателям степени участия страны в международной экономике
- a. Объем экспорта;
 - b. Объем импорта;
 - c. Доля экспорта в ВВП (экспортная квота)
 - d. Доля импорта в ВВП (импортная квота)
 - e. Внешнеторговая квота
 - f. ВВП страны**
7. Что собой представляет конъюнктура рынка?
- a. тенденция развития рынка, выраженная статистически соответствующей кривой и уравнением тренда;
 - b. постоянные колебания рынка, измеряемые показателем уровня вариации;
 - c. конкретная ситуация, сложившаяся на рынке под воздействием комплекса сил, факторов и условий;**
 - d. это совокупность условий, при которых в данный момент протекает деятельность на рынке.
8. *Конъюнктурообразующие факторы*
- a. уровень политической и экономической стабильности в мире и отдельных регионах;
 - b. изменение численности населения (и, соответственно, потребителей);
 - c. структурные изменения в производстве;
 - d. появление товаров-заменителей;
 - e. выход на рынок новых производителей;
 - f. динамика спроса в отраслях-производителях;
 - g. стихийные бедствия в странах-производителях;
 - h. изменение доходов;
 - i. постоянство доходов;
 - j. степень свободы рынка;**
9. Классификация конъюктурообразующих факторов
- a. **Постоянные** (государственное регулирование экономики, научно-технический прогресс, инфляция, сезонность в производстве и потреблении товаров)
 - b. **Временные** (стихийные бедствия, социальные конфликты, чрезвычайная обстановка)
 - c. **Циклические** (сезонность; жизненный цикл товаров: выведение товаров на рынок, рост, зрелость, упадок; сдвиги в воспроизводственной структуре; колебаниями инвестиционной активности; сменой экономической политики)
 - d. **Нециклические** (специфика производства и реализации конкретных товаров)
10. От чего зависит конъюнктура?
- a. Спрос**

- b. **Предложение**
 - c. От других факторов
11. Показатели конъюнктуры
- a. **Данные о ценах** (динамику оптовых цен, уровня инфляции, изменения курсов валют, государственное и межгосударственное регулирование цен на отдельные товары, степень монополизации экономики)
 - b. **Данные о состоянии производства** (Динамика ВВП, промышленного производства, в том числе уровня загрузки производственных мощностей, капиталовложений, занятости, з/п)
 - c. **Данные о сфере обращения** (Состояние внутренней торговли отдельных стран и международной торговли, международного кредита, состояние финансово-кредитной сферы, движение курсов акций компаний, величина прибыли, дивидендов)
12. Уровни исследования конъюнктуры
- a. **Общехозяйственный** - показывает состояние мирового хозяйства или хозяйства отдельной страны, группы стран, складывающихся под воздействием конъюнктурообразующих факторов
 - b. **Отраслевой** - показывает положение в отрасли национального или мирового хозяйства
 - c. **Отдельного товара** - показывает положение отдельного товара в масштабе мирового, национального или регионального рынка.
13. Показатели внутрирегиональной торговли: (все)
- a. Объем и динамика производства в целом;
 - b. Уровень занятости;
 - c. Размер инвестиций;
 - d. Данные о заказах;
 - e. Платежеспособный спрос;
 - f. Размеры реализации товаров в кредит;
 - g. Размер заработной платы.
14. Что дает анализ конъюнктуры? (все)
- a. Позволяет оценить коммерческую ценность и конкурентоспособность продаваемых товаров и услуг;
 - b. Решить вопрос о выборе потенциальных и фактических стран экспортеров (импортеров) и фирм-контрагентов;
 - c. Выбрать благоприятный момент для выхода на данный рынок (или ухода с него);
 - d. Сформировать и реализовать эффективную стратегию и тактику, формы и методы деятельности на данном рынке;
 - e. Выработать политику ведения торговых переговоров и сформулировать основные условия внешнеторговых контрактов;
 - f. Корректировать свои действия в связи с изменениями конъюнктуры.
15. Характеристики конъюнктуры товарного рынка (все):
- a. Предложение товаров
 - b. Покупательский спрос
 - c. Уровень цен
 - d. Пропорциональность рынка
 - e. Колеблемость
 - f. Цикличность рынка

- g. Тенденции его развития
 - h. Рыночный риск
 - i. Уровень конкуренции
16. Этапы конъюнктурного анализа:
- a. Определение целей и направлений конъюнктурных исследований
 - b. Отбор источников получения информации
 - c. Сбор информации
 - d. Анализ информации
 - e. Составление обзора конъюнктуры
 - f. Прогнозные оценки конъюнктуры
 - g. Отчет о результатах
 - h. Использование результатов
17. **Что такое индикатор рынка?**
- a. **показатель, позволяющий оценить рыночную ситуацию в количественной или качественной форме;**
 - b. цифры, характеризующие объем рыночных сделок;
 - c. характеристика рыночной деятельности за длительный промежуток времени.
18. Как определяется доля рынка?
- a. как объем продажи товаров на данном рынке;
 - b. **как отношение объема продажи на данном рынке к общему объему продажи;**
 - c. как соотношение объема продажи данного товара по сравнению с другим товаром.
19. Что собой представляет емкость рынка?
- a. **количество товаров, которое способен поглотить рынок (приобрести) за определенный промежуток времени;**
 - b. количество товаров, проданное покупателям данной фирмы за определенный срок;
 - c. количество товаров, произведенное отечественными предпринимателями за определенный срок.
20. Факторы, влияющие на емкость рынка: (все)
- a. объем и структуру товарного предложения, в том числе по предприятиям-представителям;
 - b. ассортимент и качество выпускаемых изделий;
 - c. размеры импорта по данному товару или группе;
 - d. достигнутый уровень жизни и потребностей населения;
 - e. покупательская способность населения;
 - f. уровень соотношения цен на товары;
 - g. численность населения;
 - h. социальный и половозрастной состав населения;
 - i. степень насыщенности рынка;
 - j. состояние сбытовой, торговой и сервисной сети;
 - k. географическое расположения рынка.
21. Для каких целей необходим расчет емкости рынка? (все)
- a. **Для определения** доли компании в конкретном сегменте;
 - b. **Для планирования** продаж и выработки стратегии выхода/поведения на рынке;
 - c. **Для отслеживания** позиции бизнеса на рынке.
22. В чем отличие емкости рынка от объема рынка?

- a. **Емкость рынка** – это потенциально возможный объем продаж за заданный период времени
 - b. **Объем рынка** – это фактический объем продаж за определенный промежуток времени
23. Методы расчета объема рынка (все)
- a. Расчета затрат потребителей
 - b. Норм потребления конкретных товаров
 - c. Расчета объемов продаж в отдельно взятом регионе (стране)
 - d. Экспертных оценок
24. Для проведения краткосрочные конъюнктурного анализа не включают следующие факторы:
- a. **Динамика демографических процессов;**
 - b. **Динамика НТП;**
 - c. **Инвестиции в НИОКР;**
25. Что собой представляет трендовая модель динамики рынка?
- a. математическую или графическую оценку устойчивости рынка во времени и в пространстве;
 - b. математическое или статистическое выражение структурных и географических различий в товарообороте;
 - c. **графическое или математическое выражение закономерности развития рынка во времени.**
26. Как определить темп роста развития рынка?
- a. как изменение объема рынка, выраженное в абсолютных единицах;
 - b. **как отношение объема или уровня развития рынка в текущем периоде к соответствующему объему или уровню в базисном периоде;**
 - c. как процентную характеристику товарной структуры товарооборота в текущем периоде.
27. Индекс физического объема товарооборота представляет собой:
- a. **относительный показатель, отражающий динамическое изменение рыночной стоимости совокупности различных товаров за счет количественного фактора;**
 - b. относительный показатель, отражающий изменение количества проданных товаров;
 - c. качественный показатель, отражающий тенденцию продажи товаров на рынке.
28. В чем проявляется устойчивость развития рынка?
- a. в динамике структурных сдвигов покупательского спроса и товарного предложения;
 - b. **в отсутствии резких колебаний рынка, его в плавном и предсказуемом развитии;**
 - c. в регулярно повторяющихся во времени и в пространстве изменениях на товарном рынке.
29. Прогнозирование рынка представляет собой:
- a. выявление основной тенденции развития рынка с помощью методов статистического и математического моделирования;
 - b. **научно-обоснованное предсказание дальнейшего развития рынка в последующем периоде;**
 - c. маркетинговое исследование состояния рынка на определенный момент времени.
30. Краткосрочный прогноз факторы: (все)
- a. Сезонные изменения в динамике производства, потребления и запасов;
 - b. Степень загрузки производственных мощностей;

- c. Норма безработицы;
 - d. Портфель и интенсивность поступления заказов;
 - e. Характер движения цен
31. Среднесрочный прогноз факторы: (все)
- a. Характер динамики вложений в основной капитал;
 - b. Соотношение норм капиталовложений и сбережений;
 - c. Темпы инфляции;
 - d. Направление бюджетной и денежно-кредитной политики.
32. Выберите верные утверждения (Стимулирующие и сдерживающие факторы):
- a. Повышение цены стимулирует производство;
 - b. Повышение цены сдерживает потребление;
 - c. Рост импорта по сравнению с экспортом поддерживает высокие темпы развития экономики в условиях циклического подъёма (способствует подавлению инфляции);
 - d. Опережающий рост импорта над экспортом усугубляет положение отечественных производителей;
 - e. Опережающий рост импорта над экспортом делает спад в стране более глубоким и продолжительным;
 - f. Рост импорта по сравнению с экспортом вызывает рост отрицательного сальдо во внешнеторговом балансе.
33. Что такое тестирование рынка?
- a. **обобщающая оценка динамических тенденций развития рынка;**
 - b. проверка продукта в реальных рыночных условиях;
 - c. констатация определенной рыночной ситуации.
34. Как оценить надежность прогноза развития рынка?
- a. сделать это невозможно;
 - b. выявить тенденцию рынка с помощью статистических методов;
 - c. **определить инверсную верификацию путем метода ретроспективного прогнозирования.**
35. Экстраполяция развития рынка представляет собой:
- a. приближенный расчет показателей рынка, находящихся внутри ряда динамики;
 - b. **распространение сложившихся тенденций рынка, сложившихся в прошлом, на будущий период;**
 - c. расчет темпов роста за длительный период.
36. Сезонная волна в развитии рынка это:
- a. **математико-статистическая модель постоянных колебаний рынка, обусловленных сменой сельскохозяйственных циклов;**
 - b. постоянные колебания спроса и предложения, обусловленные изменениями рыночной ситуации;
 - c. постоянная смена циклов рынка, не связанная со спецификой продукта;
37. Что собой представляют реакции рынка?
- a. прогнозы развития рынка на определенную дату/отрезок времени;
 - b. **ответные действия предприятия/организации на какие-либо рыночные раздражители;**
 - c. немотивированные изменения спроса/предложения.
38. Что собой представляет фактор состояния/развития рынка?
- a. длительную тенденцию изменения спроса/предложения, обусловленную ускорением социально-экономического развития;

- b. результаты и последствия научно-технического прогресса в области рыночных отношений;
 - c. **причина, которая находится в логической или математико-статистической связи с результатом рыночной деятельности.**
39. Считаете ли Вы, что рост денежного дохода во всех случаях является фактором изменения спроса?
- a. **Точно да;**
 - b. Точно нет;
 - c. Не во всех случаях.
40. *Каким характеристикам должны соответствовать цены внутренней и международной торговли? Выберите верные утверждения:*
- a. Цена должна возмещать издержки производства и обращения товара (доведение его до покупателя);
 - b. Цена должна обеспечивать доходность производства данного товара и осуществление при этом внешнеторговой операции;
 - c. Цена должна обеспечивать появление новых стимулов для расширения внешнеэкономической деятельности или, напротив, негативных предпосылок свертывания производства и реализации данного товара.
41. Формы воздействия государства на цены:
- a. Субсидирование отечественного экспорта;
 - b. Проведение определенной таможенной политики в области импорта;
 - c. Добровольное ограничение экспорта;
 - d. Антидемпинговые меры;
 - e. Налоговое регулирование.
42. Факторы формирования цены (**Макроэкономические**, специфические):
- a. средний уровень затрат на единицу продукции;
 - b. соотношение спроса и предложения и состав производителей и потребителей продукции;
 - c. воздействие на цены и на условия их формирования со стороны крупных хозяйствующих субъектов, государств, а также межхозяйственных и межгосударственных объединений и соглашений;
 - d. изменение покупательной способности денежной единицы, или общего масштаба цен.
43. Факторы формирования цены (**Макроэкономические**, **специфические**):
- a. качественные характеристики товара;
 - b. условия отгрузки (навалом или в упаковке того или иного вида);
 - c. базисные условия поставки (франкирования);
 - d. размер отгружаемой партии;
 - e. срок поставки и условий платежа;
 - f. характер взаимоотношений продавца и покупателя;
 - g. тарифно-таможенный режим и система налогообложения
44. От чего зависит динамика цен (цена реализации и **цена производства**):
- a. темпов прироста цен на ресурсы
 - b. темпов прироста эффективности соответствующих ресурсов
 - c. эластичность выпуска по ресурсам
45. От чего зависит динамика цен (**цена реализации** и цена производства):
- a. косвенные налоги

- b. сборы
46. Что учитывать для анализа и прогнозирования цены на товары: (все)
- a. особенности экономики производства товара;
 - b. соотношение затрат на единицу продукции материалов;
 - c. соотношение затрат на единицу продукции труда;
 - d. соотношение затрат на единицу продукции капитала;
 - e. расходов на НИР.
47. Выберите верные утверждения: (все)
- a. Колебания в продуктивности сельского хозяйства воздействует на работу всего агропромышленного комплекса;
 - b. Погода и геомагнитная обстановка влияет на заболеваемость людей влияет на спрос на медикаменты и медицинские услуги;
 - c. Сезонные изменения существуют в спросе на одежду, топливо, продовольственные товары и напитки;
 - d. Интенсивность деловой активности и рыночные цены зависят от времени суток и времени года;
 - e. Интенсивность деловой активности и рыночные цены связаны с выплатой зарплаты и других регулярных доходов.
48. Фазы среднесрочного экономические циклы (кризис):
- a. снижение спроса на товары;
 - b. перепроизводство товаров, трудностями в сбыте;
 - c. падение цен товаров;
 - d. снижение заказов на оборудование и строительство;
 - e. падение промышленного производства;
 - f. недогрузка производственных мощностей;
 - g. увеличение безработицы;
 - h. снижение заработной платы;
 - i. падение курса ценных бумаг.
49. Фазы среднесрочного экономические циклы (депрессия):
- a. существенное снижение или приостановка падения темпов производства в стране;
 - b. постепенное рассасывание товарных запасов;
 - c. ликвидация устаревшего оборудования;
 - d. массовая безработица;
 - e. низкая заработная плата;
 - f. низкие курсы ценных бумаг.
50. Фазы среднесрочного экономические циклы (оживления):
- a. наиболее сильные и крупные фирмы приспособляются к низкому уровню цен путем использования более эффективного нового оборудования, обеспечивающего более высокий уровень производительности труда и, следовательно, более низкие средние общие издержки производства и цены при нормальной или даже высокой норме прибыли;
 - b. выпуск продукции увеличивается;
 - c. уровень безработицы снижается;
 - d. растет заработная плата;
 - e. повышается спрос на товары;
 - f. начинают расти цены.
51. Фазы среднесрочного экономические циклы (подъема):

- a. производство превышает докризисный уровень;
 - b. снижается уровень безработицы;
 - c. растет заработная плата;
 - d. повышаются цены;
 - e. увеличивается спрос на кредит;
 - f. повышаются курсы ценных бумаг.
52. Повышательная волна цикла Кондратьева:
- a. темпы экономического роста, а также важнейшие экономические показатели (темпы роста производительности труда, уровень цен, процентных ставок, номинальная и реальная заработная плата, обороты внешней торговли...) - повышательной динамикой;
 - b. наблюдается быстрое применение изобретений и открытий (сделанных в период понижательной волны) в производство;
 - c. массовое появление новых товаров, позволяющее говорить о революции в потреблении;
 - d. расширение экономического сотрудничества государств.
53. Понижательная волна:
- a. замедление темпов экономического роста, а также темпов роста важнейших экономических показателей;
 - b. длительная депрессия в сельском хозяйстве;
 - c. оживление технических изобретений и открытий во второй половины волны (но не применение их в производстве);
 - d. кризисы среднесрочного экономического цикла в понижательной волне являются более глубокими и продолжительными.
54. Выберите верные высказывания:
- a. Ухудшение конъюнктуры происходит, когда ёмкость рынка растёт медленнее, чем производство, (накопление сбережений перевешивает их расходование);
 - b. Улучшение конъюнктуры обеспечивается опережающим ростом ёмкости рынка, (расходование сбережений перевешивает их накопление).
55. Что входит в понятие сегментации рынка?
- a. **процесс разбиения рынка на группы по ряду признаков, где можно ожидать наиболее благоприятных условий;**
 - b. анализ и прогнозирование структуры товарного рынка;
 - c. изучение географических и климатических факторов, влияющих на достижение;
 - d. максимального социально-экономической эффективности торговой деятельности.
56. Как реагирует рынок на различия в структуре потребления, в частности должна ли проявиться связь между возможностями потребления (располагаемыми ресурсами) и структурой покупок потребительских товаров?
- a. **Да.**
 - b. Нет.
 - c. **При покупке продовольственных товаров – связь прямая; при покупке непродовольственных товаров – обратная.**
57. Исследования показали, что сокращение объема продажи товара привело к росту цен. Какое явление при этом обнаружилось?
- a. спекуляция;

- b. отсутствие спроса;
 - c. **эластичность спроса;**
 - d. **реакцию рынка на изменение экономических и социальных условий;**
58. Эластичность спроса представляет собой:
- a. **реакцию рынка на изменение экономических и социальных условий;**
 - b. управленческую деятельность по регулированию рыночных процессов;
 - c. структурные сдвиги в динамике покупательского спроса.
59. Какое определение Вы даете коэффициенту эластичности спроса?
- a. статистическая оценка изменения или региональных различий покупательского спроса;
 - b. количественная характеристика скорости изменения покупательского спроса (продажи товара), выраженной в процентах;
 - c. **процентное изменение спроса/предложения при увеличении цены/дохода на один процент.**
60. Согласны ли Вы с утверждением, что теоретический коэффициент эластичности базируется на принципах регрессионного анализа?
- a. **Да.**
 - b. Нет.
 - c. Для расчета коэффициента эластичности регрессионный анализ не нужен.
61. Что такое перекрестная эластичность спроса?
- a. **процентное изменение цены одного товара, вызванное изменением цены другого товара;**
 - b. одновременное изменение цен нескольких товаров, выраженное в процентах к базисному уровню;
 - c. реакция спроса на товар, обусловленная изменением цены данного товара.
62. Конкурентный анализ - это:
- a. **изучение и прогнозирование действий рыночных соперников на рынке товаров;**
 - b. изучение и прогнозирование деятельности различных рыночных структур;
 - c. изучение и прогнозирование процесса купли-продажи товара, произведенного и продаваемого в ограниченном ассортименте.
63. Коэффициент конкурентоспособности - это:
- a. относительный показатель, отражающий уровень удовлетворения покупательского спроса;
 - b. отношение объема продажи данного товара к размеру денежной прибыли того же товара;
 - c. **показатель, характеризующий отношение полезного эффекта от реализации товара к затратам на его создание и использование.**
64. Анализ неценовой конкуренции представляет собой:
- a. **изучение конкурентного преимущества, полученного в результате рекламной деятельности, брендинга, сервиса, обеспечения престижа и т.п.**
 - b. оценку результатов соперничества двух предприятий, одно из которых снизило цены на собственную продукцию;
 - c. исследование тенденций изменения себестоимости производства и продажи продукции предприятий, соперничающих на товарном рынке.
65. Лидером рынка является товар, доля которого составляет:
- a. **свыше 40%;**
 - b. 30%;
 - c. 10% и менее;
 - d. этого показателя недостаточно для выявления лидера рынка.

66. Анализ конкурентной роли товара включает:
- оценку различных способов реализации товаров, пользующихся или не пользующихся спросом;
 - расчет и анализ удельного веса (доли) определенного товара в общем объеме продажи товаров;**
 - характеристику различных типов и методов конкуренции.
67. Инновационная политика в конкурентном анализе представляет собой:
- комплекс базовых решений и действий по выводу предприятия/фирмы из товарного кризиса;
 - комплекс базовых решений и действий по разработке стратегии маркетинга на длительную перспективу;
 - комплекс базовых решений и целенаправленных действий по выводу на рынок новых и обновленных товаров.**
68. Потребность - это:
- товарное предложение, обеспечивающее возможность приобретения некоторого количества товаров;
 - совокупность товаров определенного качества в количестве, необходимом для потребления;**
 - поставка товаров в распределении по основным товарным признакам.
69. Потенциальный рынок — это все потребители, которые:
- проявляют интерес к товарам фирмы, имеют достаточный доход для приобретения товаров и доступны для фирмы по географическому и отраслевому признакам;
 - проявляют интерес к товарам фирмы;**
 - уже приобретают товар у фирмы;
 - проявляют интерес к товарам фирмы, имеют достаточный доход для приобретения товаров и чувствительны к воздействию, которое оказывает на них фирма, использующая различные инструменты маркетинга.
70. Для характеристики потенциала рынка используют следующие понятия:
- текущий потенциал;**
 - дифференцированный потенциал;
 - абсолютный потенциал;
 - относительный потенциал.
71. Какой признак из нижеперечисленных не учитывается при сегментации рынка товаров производственного назначения:
- демографический;**
 - весомость заказчика;
 - географический;
 - разновидности конечных потребителей.
72. Особенности мировых цен:
- Тенденция снижения цены при росте
 - Зависимость от фазы цикла
 - Влияние монополий и пр.
 - Относительная стабильность уровня цен
73. Главная цель информационного обеспечения исследований конъюнктуры рынка:
- создание системы показателей, позволяющих получить количественную и качественную характеристики основных закономерностей и особенностей развития спроса населения и товарного предложения;
 - выявить факторы формирования рыночной конъюнктуры.

Критерии оценки:

Каждый вопрос содержит один верный ответ.

Верные ответы оцениваются в 0,5 балла.

Неверные ответы оцениваются в 0 баллов.

Максимальная оценка за тест — 20 баллов.

Компетенции:

Тестовые задания направлены на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчики:

Доцент кафедры

экономико-математического моделирования

И.В.Лазанюк

Руководитель программы

д.э.н., профессор кафедры

экономико-математического моделирования

В.М.Матюшок

Заведующий кафедрой

экономико-математического моделирования

к.ф.-м.н., доцент

С.А.Балашова