Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение

высшего образования

**«ФинансоВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**при Правительстве Российской Федерации»**

**(Финансовый университет)**

**Кафедра отраслевых рынков**

**Факультета экономики и бизнеса**

|  |  |
| --- | --- |
|  | УТВЕРЖДАЮ  Проректор по учебной и методической работе  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.А.Каменева  «28» мая 2024 г. |

**Ахметшина Л.Г.**

**Мониторинг и анализ конъюнктуры отраслевых рынков**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.01 «Экономика», ОП «Экономика и бизнес»,

профиль «Экономика креативных индустрий»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета экономики и бизнеса*

*протокол № 40 от «21» мая 2024 г.*

*Одобрено на заседании Кафедры отраслевых рынков*

*протокол № 9 от «27» апреля 2024 г.*

**Москва 2024**

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | Наименование дисциплины……………………………………………………….. | 3 |
| 2. | Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине............................................. | 3 |
| 3. | Место дисциплины в структуре образовательной программы........................... | 4 |
| 4. | Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся ………………………..…………………………………….. | 4 |
| 5. | Содержание дисциплины, структурированное по темам Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающихся дисциплине занятий и самостоятельной работы (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий…………………………………………………………............................... | 5 |
| 5.1. | Содержание дисциплины…………………………………………………………… | 5 |
| 5.2. | Учебно-тематический план………………………………………………………… | 7 |
| 5.3. | Содержание семинаров, практических занятий……………….............................. | 7 |
| 6. | Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине………………………………………………………. | 8 |
| 6.1. | Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы…………………………………. | 8 |
| 6.2. | Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю........... | 9 |
| 7. | Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине………………………………………………………. | 11 |
| 8. | Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины………………………....................................................... | 16 |
| 9. | Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины…………………………………………. | 17 |
| 10. | Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины | 18 |
| 11. | Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем…………... | 18 |
| 12. | Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине………………………………………. | 19 |

**1. Наименование дисциплины**

Мониторинг и анализ конъюнктуры отраслевых рынков

**2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине**

Таблица 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код компе-тенции | Наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции |
| ПКН-3 | Способность осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, применять математические методы для решения стандартных профессиональных финансово-экономических задач, интерпретировать полученные результаты | 1. Проводит сбор, обработку и статистический анализ данных для решения финансово-экономических задач. | ***Знать*** основы информационного обеспечения мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков;  ***Уметь*** осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных для изучения конъюнктуры отраслевых рынков и выявления тенденций и перспектив их развития |
| 1. Формулирует математические постановки финансово-экономических задач, переходит от экономических постановок задач к математическим моделям. | ***Знать*** математические модели мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков;  ***Уметь*** разрабатывать математические модели для изучения конъюнктуры отраслевых рынков |
| 1. Системно подходит к выбору математических методов и информационных технологий для решения конкретных финансово-экономических задач в профессиональной области. | ***Знать*** математические методы и информационные технологии для мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков;  ***Уметь*** применять математические методы и информационные технологии для мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков |
| 1. Анализирует результаты исследования математических моделей финансово-экономических задач и делает на их основании количественные и качественные выводы и рекомендации по принятию финансово-экономических решений. | ***Знать*** назначение математических моделей мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков;  ***Уметь*** анализировать математические модели мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков, на их основе делать количественные и качественные выводы и давать рекомендации по принятию финансово-экономических решений |
| ПКП-2 | Способность использовать теоретико-методологические подходы для количественного измерения креативной экономики и креативных индустрий | 1. Выбирает и применяет статистические, экономико-математические методы и маркетинговые исследования количественных и качественных показателей деятельности организаций креативных индустрий. | ***Знать*** статистические, экономико-математические методы и маркетинговые исследования показателей конъюнктуры отраслевых рынков;  ***Уметь*** выбирать и применять статистические, экономико-математические методы и маркетинговые исследования показателей конъюнктуры отраслевых рынков |
| 1. Готовит исходные данные для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность отдельных организаций креативных индустрий и креативной экономики в целом. | ***Знать*** основные показатели анализа конъюнктуры отраслевых рынков;  ***Уметь*** осуществлять комплекс мероприятий по подготовке исходных данных для проведения анализа конъюнктуры отраслевых рынков |
| 3. Проводит расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов. | ***Знать*** экономические и финансово-экономические показатели анализа конъюнктуры отраслевых рынков на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов;  ***Уметь*** проводитьмониторинг и анализ конъюнктуры отраслевых рынков, оценивать фактическую и потенциальную емкости рынка и давать рекомендации по повышению устойчивости организации креативных индустрий с учетом интенсивности конкуренции на рынке |

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

Дисциплина «Мониторинг и анализ конъюнктуры отраслевых рынков» относится к циклу профиля по направлению подготовки бакалавров 38.03.01 «Экономика», образовательная программа «Экономика и бизнес», профиль «Экономика креативных индустрий».

**4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся**

Таблица 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид учебной работы по дисциплине** | **Всего**  **(в з/е и часах)** | **Семестр 6**  **(в часах)** |
| **Общая трудоемкость дисциплины** | **5 з/е/ 180 ч.** | **180** |
| ***Контактная работа - Аудиторные занятия*** | 68 | 68 |
| *Лекции* | 34 | 34 |
| *Семинары, практические занятия* | 34 | 34 |
| ***Самостоятельная работа*** | 112 | 112 |
| Вид текущего контроля | Домашнее творческое задание | Домашнее творческое задание |
| Вид промежуточной аттестации | Экзамен | Экзамен |

**5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий**

**5.1. Содержание дисциплины**

*Тема 1. Рынок креативных индустрий: особенности и тенденции развития*

Понятие и сущность отраслевого рынка. Границы отраслевого рынка. Классификация отраслевых рынков. Классификация рынка креативных индустрий. Индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия (народно-художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность). Индустрии, основанные на искусстве (театр, музыка, живопись, деятельность галерей и др.). Современные медиа и производство цифрового контента (кино-, видео-, аудио -, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блогерство, средства массовой информации, реклама и пр.). Прикладные творческие (креативные) индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, ювелирное дело, гастрономическая индустрия и т.п.). Потенциал развития и применения креативных индустрий в сферах промышленного производства. Тенденции развития рынка креативных индустрий. Структура рынка креативных индустрий и факторы ее определяющие.

*Тема 2. Конъюнктура отраслевых рынков: сущность и факторы формирования*

Понятие и сущность конъюнктуры рынка. Количественные и качественные характеристики конъюнктуры рынка. Анализ конъюнктурообразующих факторов на отраслевых рынках. Группировка конъюнктурообразующих факторов по различным классификационным признакам. Методика выявления наиболее значимых конъюнктурообразующих факторов. PEST-анализ как инструмент понимания рынка. SWOT-анализ отраслевых рынков.

*Тема 3. Технологии мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков*

Понятие, сущность, цели и задачи мониторинга конъюнктуры отраслевых рынков. Компоненты мониторинга конъюнктуры отраслевых рынков. Цели и задачи, принципы анализа конъюнктуры отраслевых рынков. Основные этапы анализа конъюнктуры отраслевых рынков. Показатели конъюнктуры отраслевых рынков. Методики расчета показателей конъюнктурной оценки и области их применения. Анализ масштаба и потенциала рынка. Анализ сбалансированности рынка. Анализ тенденций и устойчивости развития рыночной конъюнктуры. Анализ цикличности и сезонности рынка. Методы анализа конъюнктуры отраслевых рынков: статистический анализ; фундаментальный анализ; технический анализ; рейтинговый анализ; экспертный анализ. Методы прогнозирования конъюнктуры отраслевых рынков. Индикаторы рыночной конъюнктуры. Источники конъюнктурной информации.

*Тема 4.**Определение емкости отраслевых рынков*

Понятие емкости отраслевого рынка. Потенциальная и реальная емкости отраслевого рынка. Потенциал отраслевого рынка: производственный и потребительский. Основные цели определения емкости отраслевого рынка. Факторы, определяющие емкость отраслевого рынка. Влияние тенденций развития соответствующих отраслей, инвестиционной политики организаций, процессов в смежных отраслях на емкость рынка. Понижающаяся и повышающаяся конъюнктура и их влияние на емкость отраслевого рынка. Метод оценки общей емкости рынка. Метод оценки территориальной емкости рынка. Прогнозирование емкости отраслевого рынка.

*Тема 5.**Конкурентный анализ отраслевых рынков*

Понятие конкуренции и конкурентного преимущества. Виды конкурентных преимуществ. Понятие конкурентоспособности. Конкурентная среда. Диагностика конкурентной среды. Основные направления диагностики конкурентной среды. Конкурентная борьба. Конкурентная позиция. Закономерности конкурентной борьбы. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу: размер рынка, темп роста рынка, мощности, барьеры для входа или выхода, цена, уровень стандартизации товаров, требования к размерам необходимых капитальных вложений, вертикальная интеграция, эффект масштаба, скорость обновления ассортимента продукции. Варианты изменения конкуренции. Матрица типологии рынков по уровню конкуренции. Определение доли рынка, занимаемой организацией. Шкалирование позиции организации в зависимости от принадлежащей ей доли рынка.

**5.2. Учебно-тематический план**

Таблица 3

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | **Наименование тем (разделов) дисциплины** | **Трудоемкость в часах** | | | | | **Формы текущего контроля успеваемости** |
| **Всего** | **Контактная работа\* - Аудиторная работа** | | | **Самостоятельная работа** |
| Общая, в т.ч.: | Лекции | Семинары, практические занятия |
|  | Рынок креативных индустрий: особенности и тенденции развития | 32 | 12 | 6 | 6 | 20 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, ситуационное задание |
|  | Конъюнктура отраслевых рынков: сущность и факторы формирования | 42 | 16 | 8 | 8 | 26 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, ситуационное задание |
|  | Технологии мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков | 42 | 16 | 8 | 8 | 26 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, практик-ориентированное задание |
|  | Определение емкости отраслевых рынков | 32 | 12 | 6 | 6 | 20 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, ситуационное задание |
|  | Конкурентный анализ отраслевых рынков | 32 | 12 | 6 | 6 | 20 | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, ситуационное задание |
|  | В целом по дисциплине | **180** | **68** | **34** | **34** | **112** | **Согласно учебному плану: домашнее творческое задание** |
|  | Итого в % | 100 | 38 | 50 | 50 | 62 |  |

\*объем контактной работы в очно-заочной/заочной формах обучения и индивидуальных учебных планах определяется соответствующими учебными планами. Темы, реализуемые в виде контактной работы, определяются преподавателем самостоятельно, исходя из уровня их сложности.

**5.3. Содержание семинаров, практических занятий**

Таблица 4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование тем (разделов) дисциплины** | **Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8, 9** | **Формы проведения занятий** |
| 1. Рынок креативных индустрий: особенности и тенденции развития | Понятие и сущность отраслевого рынка. Границы отраслевого рынка. Классификация отраслевых рынков. Классификация рынка креативных индустрий. Структура рынка креативных индустрий и факторы ее определяющие.  *Источники: раздел 8: 1-5; раздел 9: 1-3* | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, ситуационное задание |
| 2. Конъюнктура отраслевых рынков: сущность и факторы формирования | Понятие и сущность отраслевого рынка. Понятие и сущность конъюнктуры рынка. Количественные и качественные характеристики конъюнктуры рынка. Анализ конъюнктурообразующих факторов на отраслевых рынках.  *Источники: раздел 8: 1-5; раздел 9: 1-3* | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, ситуационное задание |
| 3. Технологии мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков | Цели и задачи мониторинга конъюнктуры отраслевых рынков. Цели и задачи, принципы анализа конъюнктуры отраслевых рынков. Основные этапы анализа конъюнктуры отраслевых рынков. Показатели конъюнктуры отраслевых рынков. Методики расчета показателей конъюнктурной оценки и области их применения. Индикаторы рыночной конъюнктуры.  *Источники: раздел 8: 1-5; раздел 9: 1-3* | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, практик-ориентированное задание |
| 4. Определение емкости отраслевых рынков | Понятие емкости отраслевого рынка. Потенциальная и реальная емкости отраслевого рынка. Факторы, определяющие емкость отраслевого рынка. Метод оценки общей емкости рынка. Метод оценки территориальной емкости рынка. Прогнозирование емкости отраслевого рынка.  *Источники: раздел 8: 1-5; раздел 9: 1-3* | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, ситуационное задание |
| 5. Конкурентный анализ отраслевых рынков | Понятие конкуренции и конкурентного преимущества. Диагностика конкурентной среды. Конкурентная борьба. Матрица типологии рынков по уровню конкуренции. Определение доли рынка, занимаемой организацией.  *Источники: раздел 8: 1-5; раздел 9: 1-3* | Опрос в устной форме, тематическая дискуссия, ситуационное задание |

**6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

**6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы**

Таблица 5

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование тем (разделов) дисциплины** | **Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение** | **Формы внеаудиторной самостоятельной работы** |
| 1. Рынок креативных индустрий: особенности и тенденции развития | Понятие отраслевого рынка и факторы, характеризующие условия его развития. Индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия. Индустрии, основанные на искусстве. Современные медиа и производство цифрового контента. Прикладные творческие (креативные) индустрии. Потенциал развития и применения креативных индустрий в сферах промышленного производства. Тенденции развития рынка креативных индустрий. | Подготовка к семинарскому занятию (работа с литературой и информационными ресурсами, выполнение домашнего задания). Выполнение домашнего творческого задания. Подготовка к промежуточной аттестации |
| 2. Конъюнктура отраслевых рынков: сущность и факторы формирования | Актуальность изучения конъюнктуры рынка. Преимущества владения конъюнктурной информацией. Понятие конъюнктуры рынка. Спрос, предложение и цена как основные составляющие конъюнктуры рынка. | Подготовка к семинарскому занятию (работа с литературой и информационными ресурсами, выполнение домашнего задания). Выполнение домашнего творческого задания. Подготовка к промежуточной аттестации |
| 3. Технологии мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков | Методы анализа и прогнозирования конъюнктуры отраслевых рынков: экстраполяция, корреляционно-регрессионный анализ, аппарат логических решающих функций, дискриминантный анализ, факторный анализ, метод главных компонент, кластерный анализ, дисперсионный анализ, ковариационный анализ, экспертное оценивание, моделирование, математическое программирование, методы теории игр. | Подготовка к семинарскому занятию (работа с литературой и информационными ресурсами, выполнение домашнего задания). Выполнение домашнего творческого задания. Подготовка к промежуточной аттестации |
| 4. Определение емкости отраслевых рынков | Методы определения емкости рынка: на основе объемов производства, по нормам потребления и расходования, на основе объемов продаж, оценка по рекламе, цене и номенклатуре. | Подготовка к семинарскому занятию (работа с литературой и информационными ресурсами, выполнение домашнего задания). Выполнение домашнего творческого задания. Подготовка к промежуточной аттестации |
| 5. Конкурентный анализ отраслевых рынков | Цели и задачи анализа конкуренции.  Рыночная доля как параметр маркетинговой активности организации. Информация, которую можно получить на основе рыночной доли организации. | Подготовка к семинарскому занятию (работа с литературой и информационными ресурсами, выполнение домашнего задания). Выполнение домашнего творческого задания. Подготовка к промежуточной аттестации |

**6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю**

**Пример варианта домашнего творческого задания**

Цель домашнего творческого задания – провести мониторинг и анализ конъюнктуры отраслевого рынка. Выбор отраслевого рынка осуществляется обучающимися самостоятельно.

Мониторинг и анализ конъюнктуры отраслевого рынка предполагает:

1. Анализ масштаба и потенциала рынка.
2. Анализ сбалансированности рынка.
3. Анализ тенденций и устойчивости развития рыночной конъюнктуры.
4. Анализ цикличности и сезонности рынка.

По результатам проведенного исследования необходимо сформулировать выводы и предложения для обоснования оперативных, тактических и стратегических управленческих решений.

**Примеры заданий для самостоятельного решения**

**1. Пример практико-ориентированного задания**

Проведите анализ устойчивости рынка услуг в сфере культуры на основе данных таблицы и расчета коэффициента аппроксимации Ka. В зависимости от полученных характеристик дайте оценку развития и состояния рынка:

Ка< 15% - сильный, устойчиво развивающийся рынок;

15% < Ка< 33% - неустойчиво развивающийся рынок;

Ка>33% - сокращающийся рынок.

Сделайте выводы.

**Объем платных услуг населению в расчете на душу населении,** руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2005 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| **Все оказанные услуги,** в том числе: | **15828,8** | **34606,2** | **38756,4** | **42156,2** | **48272,8** | **51115,7** | **54989,7** |
| культуры | 370,9 | 573,5 | 626,2 | 688,5 | 818,1 | 879,9 | 949,0 |
|  | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| **Все оказанные услуги,** в том числе: | **58880,5** | **62730,0** | **67224,3** | **71785,9** | **63461,7** | **77959,5** | **88059,1** |
| культуры | 1051,6 | 1132,4 | 1355,8 | 1452,7 | 754,7 | 1144,7 | 1376,9 |

**2. Пример ситуационного задания**

Проведите SWOT-анализ рынка видеоигр и выявите наиболее значимые конъюнктурообразующие факторы.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры.

**7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине содержится в разделе «2.Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Таблица 6

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции | Типовые контрольные задания |
| ПКН-3  Способность осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, применять математические методы для решения стандартных профессиональных финансово-экономических задач, интерпретировать полученные результаты | 1. Проводит сбор, обработку и статистический анализ данных для решения финансово-экономических задач. | ***Знать*** основы информационного обеспечения мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков;  ***Уметь*** осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных для изучения конъюнктуры отраслевых рынков и выявления тенденций и перспектив их развития | Конъюнктура – это:  a. ситуация в экономике, когда один или несколько крупных производителей или продавцов обладают на рынке подавляющим преимуществом в производстве и сбыте определенного ассортимента товаров.  b. процесс сближения, взаимоприспособления и сращивания национальных хозяйственных систем, обладающих способностью саморегулирования и саморазвития на основе согласованной межгосударственной экономики и политики.  c. стечение обстоятельств, сформировавшийся комплекс условий, сложившееся положение дел в данной области в определенный промежуток времени.  d. форма организации труда, при которой определённое количество людей или предприятий совместно участвует в одном или в разных, но связанных между собой, процессах труда/производства.  ООО «Идея» занимается научными исследованиями и разработками в области программного обеспечения. Исходя из необходимости проведения и внедрения инновационных разработок, составьте план анализа конъюнктуры отраслевого рынка. |
| 1. Формулирует математические постановки финансово-экономических задач, переходит от экономических постановок задач к математическим моделям. | ***Знать*** математические модели мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков;  ***Уметь*** разрабатывать математические модели для изучения конъюнктуры отраслевых рынков | Что такое экстраполирование?  a. выявление мнений населения, экспертов с целью получение оценок прогнозного характера.  b. построение и использование модели, отражающей внутреннее и внешние взаимосвязи в ходе развития рынка.  c. операция мысленного или реального расчленения целого на составные части, выполняемая в процессе познания или предметнопрактической деятельности человека.  d. продолжение в будущее тенденций процессов, отражаемых в виде динамических рядов и их показателей, на основе разработанных моделей регрессивного типа.  Составьте прогноз динамики объема российского рынка анимационного производства на основе математического моделирования. |
| 1. Системно подходит к выбору математических методов и информационных технологий для решения конкретных финансово-экономических задач в профессиональной области. | ***Знать*** математические методы и информационные технологии для мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков;  ***Уметь*** применять математические методы и информационные технологии для мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков | Перечислите основные этапы процедуры проведения конъюнктурного исследования отраслевого рынка и раскройте их содержание.  На основании данных мониторинга были получены следующие оценки факторов рыночной ситуации. По каждому фактору определены баллы экспертной оценки. Емкость рынка – 9 баллов, вектор и скорость продаж – 8, устойчивость развития  рынка – 6, деловая активность (число сделок) – 7, интенсивность конкуренции – 6, норма прибыли – 6. В оценке участвовало 10 экспертов. Рассчитайте величину рангов (значимости) каждого фактора, средний балл. Оцените благоприятность рыночной ситуации, если при среднем балле от 1 до 4 ситуация неблагоприятная, от 4 до 6 –  неустойчивая, от 6 до 9 – благоприятная. |
| 1. Анализирует результаты исследования математических моделей финансово-экономических задач и делает на их основании количественные и качественные выводы и рекомендации по принятию финансово-экономических решений. | ***Знать*** назначение математических моделей мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков;  ***Уметь*** анализировать математические модели мониторинга и анализа конъюнктуры отраслевых рынков, на их основе делать количественные и качественные выводы и давать рекомендации по принятию финансово-экономических решений | Что представляет собой ёмкость рынка?  a. стечение обстоятельств, сформировавшийся комплекс условий, сложившееся положение дел в данной области в определенный промежуток времени.  b. совокупный платежеспособный спрос покупателей.  c. рыночное равновесие.  d. объем и структуру товарного предложения  В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли организации на рынке с 10 до 15% при емкости рынка 50 млн шт. продукта. Рассчитайте дополнительную прибыль организации в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 1000 руб., а емкость рынка не изменится. Затраты на маркетинговые  исследования в расчете на год составляют 55 млн руб. |
| ПКП-2  Способность использовать теоретико-методологические подходы для количественного измерения креативной экономики и креативных индустрий | 1. Выбирает и применяет статистические, экономико-математические методы и маркетинговые исследования количественных и качественных показателей деятельности организаций креативных индустрий. | ***Знать*** статистические, экономико-математические методы и маркетинговые исследования показателей конъюнктуры отраслевых рынков;  ***Уметь*** выбирать и применять статистические, экономико-математические методы и маркетинговые исследования показателей конъюнктуры отраслевых рынков | Проведите PEST и SWOT-анализ выбранного отраслевого рынка и выявите наиболее значимые конъюнктурообразующие факторы.  По данным статистики населения в регионе в следующем  году будет проживать 1248 тыс. чел, из них 32% составят дети до 16 лет, 56% – лица в трудоспособном возрасте и 12% – лица пенсионного возраста. По экспертным оценкам, рациональные нормативы потребления товара составляли (в коэффициентах к потреблению лиц в трудоспособном возрасте): для детей – 0,7 и для лиц пенсионного возраста – 0,9. В базисном периоде средний уровень потребления на одну потребительскую единицу составлял (в розничных ценах) 852 руб. Коэффициент эластичности потребления от реального дохода (с учетом изменения цен) составил 1,2%. Прогноз реальных доходов предсказал их увеличение на 8%. По данным выборочного опроса потребителей, товаром располагало примерно ј-я часть населения, однако по нормативам, ежегодно завершается срок службы примерно 10% наличного товара. Определите ёмкость рынка в следующем году. |
| 1. Готовит исходные данные для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность отдельных организаций креативных индустрий и креативной экономики в целом. | ***Знать*** основные показатели анализа конъюнктуры отраслевых рынков;  ***Уметь*** осуществлять комплекс мероприятий по подготовке исходных данных для проведения анализа конъюнктуры отраслевых рынков | Проведите сравнительный анализ индивидуальных и промышленных потребителей. Результаты анализа оформите в виде табл.   |  |  |  | | --- | --- | --- | | Отличительные черты | Индивидуальные потребители | Промышленные потребители | | 1.Субъекты рыночного спроса |  |  | | 2.Объект рыночного спроса |  |  | | 3.Цель покупки |  |  | | 4.Тип спроса |  |  | | 5.Выбор товара и принятие решения о его покупке |  |  | | 6.Механизм покупки |  |  | | 7.Возможность наладить самостоятельное производство продукции |  |  |   Восстановите логическую цепочку процедуры сбора информации  методом наблюдения, используя следующие элементы: 1) выбор формы наблюдения; 2)  подбор кадров и инструктаж наблюдателей; 3) определение цели, задач наблюдения; 4)  определение объекта и предмета наблюдения; 5) организация наблюдения в полевых условиях, контроль наблюдения; 6) разработка формы бланка наблюдения; 7) подготовка  инструкции для исполнителей; 8) выбор места и времени наблюдения, обеспечение доступа  к среде наблюдения; 9) разработка процедуры наблюдения (системы понятий, которая  включает в себя единицы и рамки наблюдения); 10) подготовка технических документов и  оборудования; 11) подготовка отчета о наблюдении; 12) обработка результатов  наблюдения. |
| 3. Проводит расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов. | ***Знать*** экономические и финансово-экономические показатели анализа конъюнктуры отраслевых рынков на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов;  ***Уметь*** проводитьмониторинг и анализ конъюнктуры отраслевых рынков, оценивать фактическую и потенциальную емкости рынка и давать рекомендации по повышению устойчивости организации креативных индустрий с учетом интенсивности конкуренции на рынке | Составьте перечень стратегических и оперативно-функциональных целей анализа конъюнктуры отраслевого рынка (на выбор обучающегося)  На рынке общий оборот продукции составил 14 млрд. руб. Оборот предприятия в общем обороте – 5 млрд. руб. Результаты исследования рынка показали, что на этом рынке оборот можно повысить до 20 млрд. руб., если заинтересовать потенциальных покупателей.  Вопросы:  1. Какова доля этого предприятия на рынке?  2. Каковы объем, ёмкость рынка, потенциал рынка, потенциал сбыта  предприятия?  3. Какой потенциал рынка уже использован? |

**Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену**

1. Понятие и сущность отраслевого рынка. Границы отраслевого рынка.
2. Классификация отраслевых рынков. Структура рынка и факторы ее определяющие.
3. Понятие и сущность конъюнктуры рынка. Количественные и качественные характеристики конъюнктуры рынка.
4. Спрос, предложение и цена как основные составляющие конъюнктуры рынка.
5. Классификация конъюнктурообразующих факторов. Отраслевые конъюнктурообразующие факторы.
6. Методика выявления наиболее значимых конъюнктурообразующих факторов.
7. PEST – анализ как инструмент понимания рынка.
8. SWOT-анализ отраслевых рынков.
9. Понятие, сущность, цели и задачи мониторинга конъюнктуры отраслевых рынков.
10. Компоненты мониторинга конъюнктуры отраслевых рынков.
11. Цели и задачи, принципы анализа конъюнктуры отраслевых рынков.
12. Основные этапы анализа конъюнктуры отраслевых рынков.
13. Показатели конъюнктуры отраслевых рынков.
14. Методики расчета показателей конъюнктурной оценки и области их применения.
15. Анализ масштаба и потенциала рынка.
16. Анализ сбалансированности рынка.
17. Анализ тенденций и устойчивости развития рыночной конъюнктуры.
18. Анализ цикличности и сезонности рынка.
19. Методы анализа конъюнктуры отраслевых рынков: статистический анализ; фундаментальный анализ; технический анализ; рейтинговый анализ; экспертный анализ.
20. Индикаторы рыночной конъюнктуры. Классификация индексов по признакам.
21. Источники конъюнктурной информации. Преимущества владения конъюнктурной информацией.
22. Понятие емкости отраслевого рынка. Основные цели определения емкости отраслевого рынка.
23. Потенциальная и реальная емкости отраслевого рынка.
24. Потенциал отраслевого рынка: производственный и потребительский.
25. Факторы, определяющие емкость отраслевого рынка.
26. Понижающаяся и повышающаяся конъюнктура и их влияние на емкость отраслевого рынка.
27. Метод оценки общей емкости рынка. Метод оценки территориальной емкости рынка.
28. Прогнозирование емкости отраслевого рынка.
29. Понятие конкуренции и конкурентного преимущества. Виды конкурентных преимуществ. Понятие конкурентоспособности.
30. Конкурентная среда. Диагностика конкурентной среды. Основные направления диагностики конкурентной среды.
31. Конкурентная борьба. Конкурентная позиция. Закономерности конкурентной борьбы. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу.
32. Матрица типологии рынков по уровню конкуренции.
33. Определение доли рынка, занимаемой организацией. Шкалирование позиции организации в зависимости от принадлежащей ей доли рынка.

**Пример экзаменационного билета**

**1 вопрос (20 баллов)**.

*Дайте развернутый ответ*

В чем состоит основная цель проведения конъюнктурного исследования отраслевого рынка? Как она соотносится с целями развития организации?

**2 вопрос (20 баллов)**

*Решите практико-ориентированное задание.*

По данным таблицы рассчитайте рыночную долю ООО «Росмэн» на рынке издательской продукции в отчетном году. Идентифицируйте конкурентную стратегию организации на отраслевом рынке.



**3 вопрос (20 баллов)**

*Решите ситуационное задание.*

ООО «АртДизайн» занимается промышленным дизайном. Исходя из необходимости проведения и внедрения инновационных разработок, составьте план анализа конъюнктуры отраслевого рынка.

**8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

**Рекомендуемая литература**

**а) основная:**

1. Анализ и прогнозирование рынка : учебник для вузов / А. Н. Асаул, М. А. Асаул, В. Н. Старинский, Г. Ф. Щербина ; под редакцией А. Н. Асаула. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 296 с. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520260 (дата обращения: 21.05.2024). — Текст : электронный.

2. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования : учебник / Б. Е. Токарев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 512 с. - ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1818642 (дата обращения: 21.05.2024). – Текст : электронный.

**б) дополнительная:**

3. Заздравных, А. В. Экономика отраслевых рынков: учебник и практикум для вузов / А. В. Заздравных, Е. Ю. Бойцова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 359 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15225-8. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536822 (дата обращения: 21.05.2024). — Текст: электронный.

4. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для вузов / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 307 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535940 (дата обращения: 21.05.2024). — Текст : электронный.

5. Чарная, И. В. Экономика культуры : учебник и практикум для вузов / И. В. Чарная. — 5-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 269 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14567-0. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541074 (дата обращения: 21.05.2024). — Текст : электронный.

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

1. Электронные ресурсы БИК:

* Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
* Электронно-библиотечная система BOOK.RU http://www.book.ru
* Электронно-библиотечная система Znanium http://www.znanium.ru
* Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
* Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» http://biblioclub.ru/
* Электронно-библиотечная система «Лань» https://e.lanbook.com/
* Электронно-библиотечная система издательства «Проспект» <http://ebs.prospekt.org/books>
* Справочно-образовательная система Актион 360 https://action360.ru/
* Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
* Электронная библиотека издательства «МИФ» («Манн, Иванов и Фербер») https://fa.miflib.ru/auth/#/registration
* Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» https://grebennikon.ru/
* Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru
* Национальная электронная библиотека http://нэб.рф/
* Финансовая справочная система «Финансовый директор» http://www.1fd.ru/
* Ресурсы информационно-аналитического агентства по финансовым рынкам Cbonds.ru https://cbonds.ru/
* СПАРК <https://spark-interfax.ru/>
* Платформа STATISTA <https://www.statista.com/>
* Информационная система «Континент-WWW» <http://continent-online.com/>
* Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>
* Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
* Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
* Библиотека онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу издательства Неnrу Stewart Talks <https://hstalks.com/business/>
* Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management Collection <https://hstalks.com/business/journals/>
* CNKI. Academic Reference<https://ar.oversea.cnki.net/>
* CNKI. China Academic Journals Full-text Database<https://oversea.cnki.net/kns?dbcode=CFLQ>
* **JSTOR. Arts & Sciences I Collection** <https://www.jstor.org/>
* Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>
* Библиотека электронных публикаций Организации экономического сотрудничества и развития OECD iLibrary <https://www.oecd-ilibrary.org/>
* Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления» http://eduvideo.online/
* База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>

1. Сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат) – <https://rosstat.gov.ru>;
2. Сайт РосБизнесКонсалтинг – <http://www.rbk.ru>.

**10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Самостоятельная работа студентов реализуется в соответствии с приказом Финансового университета от 11.05.2021 № 1040/о «Об утверждении Методических рекомендаций по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете». Промежуточная аттестация проводится в соответствии с приказом Финансового университета от 23.03.2017 № 0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете». Кафедрой могут разрабатываться дополнительные методические рекомендации для отдельных форм проведения аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов.

**11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем**

**11.** **1. Комплект лицензионного программного обеспечения:**

1. Windows Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint) и т.д.
2. Антивирус Kaspersky

**11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Правовая база данных «КонсультантПлюс»
2. Справочно-правовая система «Гарант»
3. Официальный сайт РосБизнесКонсалтинг
4. Информационная система СПАРК

**11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации** - не предусмотрены.

**12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для обеспечения обучения по дисциплине необходима следующая материально-техническая база:

* аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
* библиотеку, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.