

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин  
«21» 02 2023 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.01.01** Исследование конъюнктуры международного рынка

Учебный план: 2023-2024 38.03.02 ИБК Междун мен ОО №1-1-61.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:  
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Международный менеджмент  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
6	УП	34	34	47	29	4	Экзамен, Курсовая работа
	РПД	34	34	47	29	4	
Итого	УП	34	34	47	29	4	
	РПД	34	34	47	29	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Люби́менко  
Игоревна

Анна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

\_\_\_\_\_

Титова Марина  
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Титова Марина  
Николаевна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области теоретических и прикладных аспектах маркетинговых исследований, научить студентов на практике использовать методы и приемы исследования конъюнктуры мирового рынка

**1.2 Задачи дисциплины:**

- определение сущности понятия конъюнктура рынка;
- изучение направлений исследования конъюнктуры рынка;
- изучение содержания исследования конъюнктуры рынка;
- изучение методов исследования конъюнктуры рынка;
- изучение показателей конъюнктуры рынка;
- определение места исследования конъюнктуры рынка в системе маркетинговых исследований.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Маркетинг
- Внешнеэкономическая деятельность
- Международный контракт
- Международные экономические отношения
- Международные конвенции и соглашения
- Инновационный менеджмент
- Международное ценообразование
- Деловой иностранный язык

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-5: Способен организовывать процесс анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции</b>
<b>Знать:</b> Методы проведения конъюнктурных исследований
<b>Уметь:</b> Идентифицировать источники информации о состоянии конъюнктурных факторов.
<b>Владеть:</b> навыками оценки конкурентоспособности товаров на внешних и внутренних рынках
<b>ПК-7: Способен определять и согласовывать требования к продукции (услугам), установленные потребителями, а также требования, не установленные потребителями, но необходимых для эксплуатации продукции (услуг)</b>
<b>Знать:</b> Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг
<b>Уметь:</b> Систематизировать информацию о рыночном спросе потребителей в области качественных характеристик продукции/услуг
<b>Владеть:</b> Навыками организации конъюнктурных исследований

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Маркетинговые инструменты воздействия на процесс принятия решений	6					Р
Тема 1. Определение и сущность конъюнктурных исследований. Роль исследований конъюнктуры в рыночной экономике		4	4	6	ИЛ	
Тема 2. Направления конъюнктурных исследований. Классификация конъюнктурных исследований.		4	4	6		
Тема 3. Мировой рынок как система отдельных товарных рынков		4	4	6		
Раздел 2. Методы и процедуры конъюнктурных исследований						Э
Тема 4. Методология конъюнктурных исследований.	4	4	6	ИЛ		

Тема 5. Источники конъюнктурной информации. Источники информации о внешних рынках: производители и поставщики информации		4	4	5		
Тема 6. Анализ деятельности участников мировых рынков		4	4	4		
Раздел 3. Оценка конъюнктуры рынка						
Тема 7. Факторы, определяющие конъюнктуру мировых рынков.		2	2	4	ИЛ	
Тема 8. Показатели конъюнктуры мировых товарных рынков, индексы рыночной конъюнктуры.		4	4	4		3
Тема 9. Комплексный анализ и оценка ситуации на мировых биржевых и аукционных рынках, рынках международного подряда, товарных рынков		4	4	6		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		34	34	47		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен, Курсовая работа)		4,5		24,5		
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		72,5		71,5		

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

**4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта):** Цель курсовой работы состоит в закреплении, расширении и углублении теоретических знаний по дисциплине "Исследование конъюнктуры международного рынка"

Задачами курсовой работы является приобретение обучающимися следующих навыков:

- умение самостоятельно проводить научно-исследовательскую работу.
- применение методами сбора, обработки и обобщения экономической информации.
- использование изученных методов экономических расчётов.
- умение систематизировать изучаемую информацию, грамотно и аргументировано излагать свои мысли и делать обоснованные выводы по результатам исследования.

**4.2 Тематика курсовой работы (проекта):** Тематика курсовых работ

1. Исследование конъюнктуры международного рынка инновационных разработок.
2. Международный технологический трансфер.
3. Циклические факторы формирования экономической конъюнктуры
4. Фазы делового цикла (кризис, депрессия, оживление, подъем) как фундаментальные факторы формирования конъюнктуры мировых товарных рынков.
5. Постоянные и временные нециклические факторы.
6. Структура и содержание типового обзора конъюнктуры мирового рынка конкретного товара.
7. Анализ конъюнктурообразующих факторов на мировых товарных рынках.
8. Методика выявления наиболее значимых конъюнктурообразующих факторов.
9. Типы и виды источников конъюнктурной информации.
10. Особенности конкурентного анализа мировых рынков.

#### 4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):

Структура и содержание курсовой работы

титульный лист;

оглавление;

введение;

пояснительная записка, т.е. текст работы, распределенный на блоки:

- теоретико-методический;

- практический;

заключение;

список литературы;

приложения.

Структура курсовой работы должна способствовать раскрытию избранной темы и составных элементов. Все части курсовой работы должны быть изложены в строгой логической последовательности и взаимосвязаны. Для более полного раскрытия вопроса возможно деление параграфов на пункты.

Практическая часть курсовой работы должна содержать план практического исследования и разработанный инструментарий будущих изысканий.

1. На основе анализа экономической литературы должна быть представлена глубокая теоретическая проработка исследуемой проблемы. Теоретический анализ должен быть дополнен анализом статистического материала.

2. Должны быть систематизированы, наглядно представлены и обобщены цифровые данные в виде таблиц, графиков, диаграмм.

3. Используемая литература должна включать научные и аналитические монографии и периодические издания, ресурсы сети Интернет.

4. Материал курсовой работы должен быть изложен логично, последовательно, грамотным литературным языком с использованием научной терминологии.

5. Структура и оформление курсовой работы должны соответствовать установленным требованиям.

Приложения включают статистическую и рыночную информацию, результаты обработки и анализа результатов исследования, таблицы, схемы, графики.

Защита курсовой работы предполагает доклад с представлением пояснительной записки дополненной презентацией, отражающей результаты исследования.

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

#### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-5	Излагает определение и сущность конъюнктурных исследований, роль исследований конъюнктуры в рыночной экономике Находит источники системы внешней маркетинговой информации, международные базы информации Анализирует оценки конкурентоспособности товаров на внешних и внутренних рынках	Перечень контрольных вопросов Практико-ориентированные задания
ПК-7	Характеризует факторы, определяющие конъюнктуру мировых рынков Анализирует систематизирует информацию о рыночном спросе потребителей в области качественных характеристик продукции/услуг Разрабатывает методы и процедуры конъюнктурных исследований	Перечень контрольных вопросов Практико-ориентированные задания

##### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области, умение использовать теоретические знания для решения практических задач	Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

4 (хорошо)	<p>Ответ полный и правильный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но допущены в ответах небольшие погрешности, которые устраняются только в результате собеседования</p>	<p>Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации. Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные незначительные ошибки или отступления от правил оформления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>
3 (удовлетворительно)	<p>Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом при неполных, слабо аргументированных ответах. Присутствуют неточности в ответах, пробелы в знаниях по некоторым темам, существенные ошибки, которые могут быть найдены и частично устранены в результате собеседования</p>	<p>Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра</p>
2 (неудовлетворительно)	<p>Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки</p>	<p>Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы. Содержание работы полностью не соответствует заданию. Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>

## 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 6	
1	Качественные характеристики изменения рыночной ситуации: растущий/развивающийся рынок, стабильный рынок, сокращающийся рынок.
2	Характеристика масштаба и типа рынка.
3	Показатели конъюнктуры рынка.
4	Движение информации в маркетинговой информационной системе
5	Экономические последствия исследований международного рынка
6	Количественные и качественные показатели исследований конъюнктуры рынка
7	Понятие и характеристики конъюнктуры международного рынка
8	Формы представления результатов исследований конъюнктуры рынка
9	Источники системы внешней маркетинговой информации. Международные базы информации.
10	Классификация маркетинговой информации
11	Причины выбора источников информации
12	Методы исследования международного рынка
13	Направления исследования конъюнктуры мирового рынка (объекты, субъекты, показатели)
14	Цели и задачи исследований конъюнктуры мирового рынка
15	Методы анализа конъюнктуры рынка: Информативно-целевой анализ, контент-анализ
16	Методы анализа конъюнктуры рынка: проекционные методы, эмпирические методы
17	Методы сбора информации о характеристиках спроса: опрос, фокус-группа, экспертный опрос, мониторинг запросов

18	Методы анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка инноваций: метод экспертных оценок, экономико-математическое моделирование
19	Источники информации в конъюнктурных исследованиях. Организации производители и поставщики информационных услуг.
20	Международные исследования рынка: глобальный инновационный индекс стран и территорий
21	Международные исследования рынка: рейтинги стран по макроэкономическим показателям, по уровню жизни, по уровню процветания
22	Международные исследования рынка: рейтинги стран по индексу человеческого развития, кредитные рейтинги
23	Международные исследования рынка: рейтинги стран по объему экспорта, по темпам экономического роста, по уровню продовольственной безопасности
24	Понятие экспортного маркетингового исследования: цели и задачи, источники информации
25	Исследование поведения потребителей продукции на рынках стран, регионов, мировом рынке
26	Исследование мирового рынка биржевых товаров: формирование конъюнктуры на биржевом рынке
27	Конъюнктурообразующие факторы мирового биржевого, аукционного и тендерного рынков

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Определите различия между поисковым и итоговым маркетинговым исследованием по следующим критериям: цель, характеристики, результаты, итог.

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  +  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проводится в письменной форме. Время на письменный ответ (вопрос и решение задания) – 60 минут, после проверки работ всех студентов – сообщение результатов обучающимся.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Латышова Л.С., ред.	Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы:	Москва: Дашков и К	2019	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=359615">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=359615</a>
Гриненко, Г. П.	Международный маркетинг	Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/92265.html">http://www.iprbookshop.ru/92265.html</a>
Кайдашова А. К.	Международный маркетинг Учебно-методическое пособие. - 3-е изд., стер.	Москва: Флинта	2020	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=352461">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=352461</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Карпова С.В.	Международный маркетинг: Учебник и практикум для бакалавров	Москва: Дашков и К	2018	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=359619">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=359619</a>
Любименко А. И.	Исследование конъюнктуры рынка	СПб.: СПбГУПТД	2018	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018357">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018357</a>

Сейфуллаева, М. Э., Эриашвили, Н. Д., Земляк, С. В., Нагапетьянц, Р. Н., Каменова, Н. Г., Нагапетьянц, Н. А., Синяева, И. М., Тарасова, Е. Е., Яковлев, А. А., Сейфуллаевой, М. Э., Эриашвили, Н. Д.	Международный маркетинг	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/101901.html">http://www.iprbookshop.ru/101901.html</a>
--	-------------------------	--------------------	------	---

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс].  
URL: <http://window.edu.ru/>  
Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]. URL.: <https://www.iprbookshop.ru/>

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional  
Microsoft Office Standart Russian Open No Level Academic  
Microsoft Windows  
Microsoft Windows Home Russian Open No Level Academic Legalization Get Genuine (GGK) + Microsoft Windows Professional (Pro – профессиональная) Russian Upgrade Open No Level Academic  
Microsoft Windows Professional Upgrade Академическая лицензия

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду