

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол от «16» мая 2019 г. № 9/1

Зав. кафедрой  .И. Янгирова

Согласовано:
Председатель УМК института

 /Л.Р. Абзалилова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Конъюнктура товарного рынка

Вариативная часть

программа бакалавриата

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) подготовки:
«Коммерция»

Квалификация
бакалавр

Разработчик (составитель):
Доцент, к.э.н.



Якшибаева Г.В.

Для приема: 2019

Уфа 2019 г.

Составитель / составители: к.э.н., доцент кафедры управления проектами и маркетинга Якшибаева Г.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления проектами и маркетинга, протокол от «16» мая 2019 г. № 9/1.

Заведующий кафедрой  / Е.И. Янгирова

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / Янгирова Е.И. Ф.И.О/

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся).....	7
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	13
4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	13
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	18
4.3. Рейтинг-план дисциплины.....	266
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	277
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	277
Основная литература:.....	27
Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	288
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	30

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	1. Знать: современные подходы к типологизации потребностей, факторы потребительского поведения, модели потребительского поведения, особенности процесса принятия решения о покупке	ОПК-4 способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	
	Знать: технологии привлечения и удержания клиентов, способы увеличения рентабельности клиентов	ПК-3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	
Умения	Уметь: проводить анализ факторов потребительского поведения, различать типы потребительского поведения	ОПК-4 способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной,	

		логистической, товароведной и (или) торговой-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	
	Уметь: определять индивидуальные характеристики потребителя, использовать маркетинговые инструменты для управления поведением целевого сегмента потребителей	ПК-3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	
Владения (навыки / опыт деятельности)	Владеть: навыками анализа рынка и выделения целевого сегмента потребителей, исследования особенностей потребительского поведения целевого сегмента	ОПК-4 способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торговой-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	
	Владеть: навыками исследования восприятия товаров и услуг целевыми потребителями, разработки элементов комплекса маркетинга, ориентированных на удовлетворение потребительских потребностей	ПК-3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и	

		прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	
--	--	--	--

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Конъюнктура товарного рынка» относится вариативной части.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре и на 4 курсе заочной формы обучения.

Цели изучения дисциплины: формировать системное представление о теоретических основах, процедуре и методических приемах анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Торговое дело», «Теоретические основы товароведения», «Товароведение потребительских товаров», «Управление персоналом в торговом деле».

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Конъюнктура товарного рынка
на 6 семестр
очной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	49,2
лекций	16
практических/ семинарских	32
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	22,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	36

Форма(ы) контроля:
экзамен 6 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Модуль 1. Основы анализа конъюнктуры товарного рынка							
1.	Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей	4	10		6	№2: гл.1, гл.8, гл.9; №2:ч.1 гл.1; №3: гл.1,2,4; №4: гл.1,5; №5: гл.1,2; №6: гл.1,3 №8: ввод. гл.; Интернет-ресурс	Вопросы по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Устный опрос
2.	Прогнозная оценка конъюнкту ры товарных рынков Методы прогнозирования конъюнктуры рынка	4	10		6	№1: гл.1; №2:ч.2 гл.2; №3: гл.3; №4: гл.2; №6: гл.1 №8: гл.3; Интернет-ресурс	Вопросы по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Тест, контрольная работа
4	Модуль 2. Определение емкости и конкурентоспособности товарных							Устный опрос

	рынков							
5.	Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках	8	12		10,8	№1: гл.11; ч.3 гл.8; №2: ч.3 гл.7, гл.8; №3: гл.4,5; №4: гл.6; №6: гл.3 №8: гл.4, гл.5; Интернет-ресурс	Вопросы по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Тест, контрольная работа
	Всего часов:	16	32		22,8			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Конъюнктура товарного рынка
на 4 курс
заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	15,2
лекций	6
практических/ семинарских	8
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	83,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	9

Форма(ы) контроля:
экзамен 4 курс

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)					Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		Всего	ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Модуль 1. Основы анализа конъюнктуры товарного рынка								
1.	Понятие конъюнктуры рынка, цели и система показателей	29	2	2		25	№2: гл.1, гл.8, гл.9; №2:ч.1 гл.1; №3: гл.1,2,4; №4: гл.1,5; №5: гл.1,2; №6: гл.1,3 №8: ввод. гл.; Интернет-ресурс	Вопросы по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Устный опрос
2.	Прогнозная оценка конъюнктуры товарных рынков Методы прогнозирования конъюнктуры рынка	29	2	2		25	№1: гл.1; №2:ч.2 гл.2; №3: гл.3; №4: гл.2; №6: гл.1 №8: гл.3; Интернет-ресурс	Вопросы по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Тест, контрольная работа
4	Модуль 2. Определение емкости и конкурентоспособности товарных рынков								Устный опрос

5.	Анализ и прогноз конкурентной среды и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на товарных рынках	39,8	2	4		33,8	№1: гл.11; ч.3 гл.8; №2: ч.3 гл.7, гл.8; №3: гл.4,5; №4: гл.6; №6: гл.3 №8: гл.4, гл.5; Интернет-ресурс	Вопросы по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Тест, контрольная работа
	Всего часов:	108	6	8		83,8			

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

ОПК-4 способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2	3	4	5
Первый этап (уровень)	Знать: назначение и особенности различных методов сбора информации, проведения анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; процедуру и правила составления форм сбора данных для изучения рыночных процессов и явлений в торговом предприятии	Фрагментарные представления о назначении и особенностях различных методов сбора информации, проведения анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; процедурах и правилах составления форм сбора данных для изучения рыночных	Неполные представление о назначении и особенностях различных методов сбора информации, проведения анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; процедурах и правилах составления форм сбора данных для изучения рыночных процессов и	Сформированны, но содержат отдельные пробелы в назначениях и особенностях различных методов сбора информации, проведения анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; процедуру и правила составления форм сбора данных для	Сформированы систематические представления о назначении и особенностях различных методов сбора информации, проведения анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; процедурах и правилах составления форм сбора данных для изучения

		процессов и явлений в торговом предприятии	явлений в торговом предприятии	изучения рыночных процессов и явлений в торговом предприятии	рыночных процессов и явлений в торговом предприятии
Второй этап (уровень)	Уметь: осуществлять поиск, сбор, систематизацию и обработку информации о конъюнктуре товарного рынка; разрабатывать формы для сбора данных о различных параметрах рыночной конъюнктуры	Фрагментарные умения осуществлять поиск, сбор, систематизацию и обработку информации о конъюнктуре товарного рынка; разрабатывать формы для сбора данных о различных параметрах рыночной конъюнктуры	В целом удовлетворительное умение осуществлять поиск, сбор, систематизацию и обработку информации о конъюнктуре товарного рынка; разрабатывать формы для сбора данных о различных параметрах рыночной конъюнктуры	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение осуществлять поиск, сбор, систематизацию и обработку информации о конъюнктуре товарного рынка; разрабатывать формы для сбора данных о различных параметрах рыночной конъюнктуры	Сформированное умение осуществлять поиск, сбор, систематизацию и обработку информации о конъюнктуре товарного рынка; разрабатывать формы для сбора данных о различных параметрах рыночной конъюнктуры
Третий этап (уровень)	Владеть: методикой сбора и обработкой информации для проведения конъюнктурного исследования товарного рынка	Фрагментарное владение методикой сбора и обработкой информации для проведения конъюнктурного	В целом успешное, но не систематическое применение методики сбора и обработки информации для	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение методики сбора и	Успешное и систематическое применение методики сбора и обработки информации для проведения

		исследования товарного рынка	проведения конъюнктурного исследования товарного рынка	обработки информации для проведения конъюнктурного исследования товарного рынка	конъюнктурного исследования товарного рынка
--	--	------------------------------------	--	---	--

ПК-3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2	3	4	5
Первый этап (уровень)	Знать: основные категории теории анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; функции, типологию и структуру товарных рынков; содержание, направления и показатели конъюнктурного анализа и прогнозирования товарного рынка	Фрагментарные представления об основных категориях теории анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; функциях, типологии и структуре товарных рынков; содержании, направлениях и	Неполные представления об основных категориях теории анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков;ях, типологии и структуре товарных рынков; содержании, направлениях и	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы об основных категориях теории анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; функциях, типологиях и структуре товарных рынков;	Сформированные систематические представления об основных категориях теории анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; функциях, типологиях и структуре товарных рынков; о содержании,

		показателях конъюнктурного анализа и прогнозирования товарного рынка	показателях конъюнктурного анализа и прогнозирования товарного рынка	направлениях и показателях конъюнктурного анализа и прогнозирования товарного рынка	направлении и показателях конъюнктурного анализа и прогнозирования товарного рынка
Второй этап (уровень)	Уметь: осуществлять сбор и обработку аналитических данных для изучения конъюнктуры локальных товарных рынков и выявления тенденций и перспектив их развития;	Фрагментарные умения осуществлять сбор и обработку аналитических данных для изучения конъюнктуры локальных товарных рынков и выявления тенденций и перспектив их развития	В целом успешное, но не систематическое использование навыков и умений осуществлять сбор и обработку аналитических данных для изучения конъюнктуры локальных товарных рынков и выявления тенденций и перспектив их развития	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы использования умений осуществлять сбор и обработку аналитических данных для изучения конъюнктуры локальных товарных рынков и выявления тенденций и перспектив их развития	Сформированное умение осуществлять сбор и обработку аналитических данных для изучения конъюнктуры локальных товарных рынков и выявления тенденций и перспектив их развития
Третий этап (уровень)	Владеть: терминологическим аппаратом теории анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; методикой	Фрагментарное владение терминологическим аппаратом теории анализа и прогнозирования конъюнктуры	В целом успешное, но не систематическое применение терминологического аппарата теории анализа и	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы в применении терминологического аппарата теории анализа и	Успешное и систематическое применение терминологического аппарата теории анализа и прогнозирования

	оценки тенденций и перспектив развития товарного рынка на основе ключевых параметров рыночной конъюнктуры	товарных рынков; методикой оценки тенденций и перспектив развития товарного рынка на основе ключевых параметров рыночной конъюнктуры	прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; методики оценки тенденций и перспектив развития товарного рынка на основе ключевых параметров рыночной конъюнктуры	прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; методики оценки тенденций и перспектив развития товарного рынка на основе ключевых параметров рыночной конъюнктуры	конъюнктуры товарных рынков; методики оценки тенденций и перспектив развития товарного рынка на основе ключевых параметров рыночной конъюнктуры
--	---	--	---	---	---

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины).

Шкалы оценивания:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочное средство
1-й этап Знания	Знать: назначение и особенности различных методов сбора информации, проведения анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; процедуру и правила составления форм сбора данных для изучения рыночных процессов и явлений в торговом предприятии	ОПК-4	Устный опрос
	Знать: основные категории теории анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; функции, типологию и структуру товарных рынков; содержание, направления и показатели конъюнктурного анализа и прогнозирования товарного рынка	ПК-3	Устный опрос
2-й этап Умения	Уметь: осуществлять поиск, сбор, систематизацию и обработку информации о конъюнктуре товарного рынка; разрабатывать формы для сбора данных о различных параметрах рыночной конъюнктуры	ОПК-4	индивидуальное задание; тест
	Уметь: осуществлять сбор и обработку аналитических данных для изучения конъюнктуры локальных товарных рынков и выявления тенденций и перспектив их развития	ПК-3	индивидуальное задание; тест
3-й этап	Владеть: методикой сбора и обработкой информации для	ОПК-4	контрольная работа

Владения (навыки / опыт деятельности)	проведения конъюнктурного исследования товарного рынка		
	Владеть: терминологическим аппаратом теории анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; методикой оценки тенденций и перспектив развития товарного рынка на основе ключевых параметров рыночной конъюнктуры	ПК-3	контрольная работа

Тестовые задания

1. Конъюнктура рынка это:

- а) экономическая ситуация, складывающаяся на рынке, характеризуемая уровнями спроса и предложения, рыночной активностью, ценами, объемами продаж, движением процентных ставок, валютного курса, заработной платы, дивидендов, а также динамикой производства и потребления;
 - б) поддерживающие (обеспечивающие) подсистемы экономических систем;
 - в) долгосрочный план, содержащий не только описание целей, но и методов их достижения.
- г) ответы а), б) и в) — неверны.

2. К основным целям конъюнктурных исследований относится:

- а) Анализ и прогнозирование состояния процесса воспроизводства на макро- и микроэкономическом уровне;
 - б) Выработка тактики поведения на мировом и внутреннем рынке;
 - в) Принятие обоснованных управленческих решений;
- г) ответы а), б) и в) — неверны.

3. К задачам конъюнктурных исследований относится:

- а) Анализ состояния процесса воспроизводства на макро- и микроэкономическом уровне;
 - б) Прогнозирование состояния процесса воспроизводства на макро- и микроэкономическом уровне;
 - в) Выработка тактики поведения на мировом и внутреннем рынке; принятие обоснованных управленческих решений;
- г) ответы а), б) и в) — неверны.

4. Спрос это:

- а) Платежеспособная потребность в каком-либо товаре или услуге;
 - б) Совокупность товаров и услуг, которые находятся на рынке, и которые продавцы готовы продать покупателю по определенной цене;
 - в) вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена;
- г) ответы а), б) и в) — неверны.

5. В теории менеджмента (М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури) в качестве укрупненных групп факторов среды организации (и цепи поставок) рассматриваются: а) внутренняя и внешняя среда;

в) структура, бизнес-процессы и компоненты управления;

б) микро- и макросреда;

г) ответы а), б) и в) — неверны.

6. В теории маркетинга (Ф. Котлер) в качестве укрупненных групп факторов среды организации (и цепи поставок) рассматриваются:

а) внутренняя и внешняя среда;

в) структура, бизнес-процессы и компоненты управления;

б) микро- и макросреда;

г) ответы а), б) и в) — неверны.

7. В теории логистики и управления цепями поставок (Д. Ламберт и Дж. Сток) в качестве укрупненных групп факторов среды организации (и цепи поставок) рассматриваются:

а) внутренняя и внешняя среда;

б) микро- и макросреда;

в) структура, бизнес-процессы и компоненты управления;

г) ответы а), б) и в) — неверны.

8. В теории менеджмента (М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури) в составе факторов внутренней среды рассматриваются:

а) цели, структура, задачи, технология, люди

б) поставщики, потребители, конкуренты, контактные аудитории;

в) структура, бизнес-процессы и компоненты управления ;

г) ответы а), б) и в) — неверны.

9. В теории маркетинга (Ф. Котлер) в составе факторов микросреды рассматриваются:

а) цели, структура, задачи, технология, люди;

б) поставщики, потребители, конкуренты, контактные аудитории;

в) структура, бизнес-процессы и компоненты управления;

г) ответы а), б) и в) — неверны.

10. В теории маркетинга (Ф. Котлер) в составе факторов макросреды рассматриваются:

а) политические, экономические, социальные, технологические факторы;

б) поставщики, потребители, конкуренты, контактные аудитории;

в) демографические, географические, социальные, политические, технологические, экономические факторы;

г) ответы а), б) и в) — неверны.

11. С точки зрения теории маркетинга к какой группе факторов среды относится «Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации» (от 01.12.2016г.). Приведите пример её влияния на конъюнктуру товарных рынков.

12. Кредитно-денежная теория экономических кризисов объясняет причину их возникновения:

а) сокращением деловой активности из-за сокращения банковского кредитования;

- б) неравномерным развитием (диспропорциональностью) отдельных отраслей производства (групп видов экономической деятельности);
- в) обновлением производительных сил (основного капитала);
- г) ответы а), б) и в) – неверны.

13. Теория диспропорциональности объясняет причину возникновения экономических кризисов:

- а) сокращением деловой активности из-за сокращения банковского кредитования;
- б) неравномерным развитием (диспропорциональностью) отдельных отраслей производства (групп видов экономической деятельности);
- в) обновлением производительных сил (основного капитала);
- г) ответы а), б) и в) – неверны.

14. Технологические теории экономических кризисов объясняют причину их возникновения:

- а) сокращением деловой активности из-за сокращения банковского кредитования;
- б) неравномерным развитием (диспропорциональностью) отдельных отраслей производства (групп видов экономической деятельности);
- в) обновлением производительных сил (основного капитала);
- г) ответы а), б) и в) – неверны.

15. В Российской Федерации продуктовые границы товарных рынков целесообразно описывать с помощью классификатора:

- а) ОКАТО;
- б) ОКВЭД;
- в) ОКСО;
- г) ответы а), б) и в) – неверны.

16. Конкурентная модель М. Портера включает уровни:

- а) «Категорий товаров», «Товаров», «Категорий потребностей», «Потребностей»;
- б) «Существующие конкуренты», «Новые конкуренты», «Товары заменители», «Влияние рынка поставщиков», «Влияние рынка потребителей»;
- в) «Финансы», «Клиенты и маркетинг», «Бизнес-процессы», «Персонал и системы».
- г) ответы а), б) и в) – неверны.

17. Основоположителем метода структурного анализа ABC/XYZ считается:

- а) А.Смит;
- б) Дж.М. Кейнс;
- в) М. Портер
- г) В. Парето.

18. Принцип «80/20», лежащий в основе ABC-классификации, был впервые предложен:

- а) Т. Саати;
- б) В. Парето;
- в) Д.Дж. Бауэрсоксом;
- г) Д. Ламбертом.

19. Важнейшей процедурой в ABC-анализе является: а) расчет коэффициентов оборачиваемости активов;

- б) определение важных направлений деятельности объекта управления (перспектив);
- в) ранжирование объектов анализа в порядке уменьшения их доли в общей сумме показателя, характеризующего признак анализа.
- г) расчет взвешенных оценок (приоритетов) для альтернатив.

20. Первым этапом процедуры ABC-анализа является:

- а) определение цели анализа;
- б) определение объектов анализа;
- в) определение признака анализа и показателя, характеризующего признак;
- г) ответы а), б) и в) – неверны.

21. Показателем, характеризующим признак, в XYZ-анализе является:

- а) коэффициент оборачиваемости запасов;
- б) коэффициент вариации расхода запаса;
- в) коэффициент сменности работы подъемно-транспортного оборудования склада;
- г) ответы а), б) и в) – неверны.

22. При расчете коэффициента вариации показателя используют:

- а) среднее значение показателя и линейное отклонение показателя;
- б) среднее значение показателя и среднее квадратическое отклонение показателя;
- в) линейное отклонение показателя и среднее квадратическое отклонение показателя;
- г) ответы а), б) и в) – неверны.

23. Математически корреляционная зависимость результативной переменной от нескольких факторных (объясняющих) переменных описывается:

- а) уравнением парной регрессии;
- б) уравнением множественной регрессии.
- в) коэффициентом корреляции;
- г) ответы а), б) и в) – неверны.

24. При построении уравнения множественной регрессии нужно решить задачи:

- а) выбрать признаки-факторы, включенные в регрессию и выбрать тип уравнения регрессии;
- б) проранжировать данные в порядке убывания показателя, характеризующего признак анализа;
- в) рассчитать коэффициенты вариации для факторной и результативной переменных;
- г) ответы а), б) и в) – неверны.

25. Исходя из сущности понятия «экономическая эффективность», показатель эффективности функционирования системы (процесса) должен представлять собой:

- а) оценку результата деятельности системы;
- б) оценку определенной группы затрат, связанных с выполнением процесса;
- в) оценку общих затрат, связанных с функционированием системы (выполнением всех процессов) за период;
- г) соотношение оценки результата функционирования системы и затрат, связанных с получением результата.

Описание методики оценивания при тестовом контроле:

На оценку степени сформированности знаниевой компоненты компетенции при рубежном контроле отводится не менее 10 вопросов теста. Число правильных ответов теста от 45 до 59% соответствует начальному (пороговому) уровню овладения компетенцией, от 60 до 80 % - базовому уровню, от 81 до 100 % - повышенному (продвинутому) уровню сформированности компетенции.

Критерии оценки (в баллах):

Процент правильных ответов	Количество баллов
95 - 100 %	10
85 - 94 %	9
75 - 84%	8
65 - 74%	7
55 - 64%	6
45 – 54%	5
менее 45%	0

Экзаменационные вопросы

1. Понятие конъюнктуры товарного рынка, цели и методы ее анализа
2. Этапы исследования конъюнктуры товарного рынка
3. Система показателей конъюнктуры товарного рынка
4. Характеристики и факторы конъюнктурного анализа. Рыночные индикаторы.
5. Постоянно действующие конъюнктурообразующие факторы.
6. Временные конъюнктурообразующие факторы.
7. Степень влияния конъюнктурообразующих факторов на состояние рыночной конъюнктуры.
8. Классификация товарных рынков. Рыночные структуры
9. Цели и направления исследования рынка.
10. Методы анализа рынка
11. Анализ масштаба и потенциала рынка.
12. Методы определения емкости рынка
13. Факторы, определяющие емкость товарного рынка
14. Методы разработки прогноза ёмкости рынка
15. Изучение конкурентов. Конкурентный анализ
16. Исследование цены и ценовой эластичности
17. Методы прогноза показателей конъюнктуры рынка
18. Основные политические факторы, влияющие на конъюнктуру рынка.
19. Конъюктурообразующие факторы, связанные с циклическим развитием экономики.
20. Главные экономические показатели анализа и прогнозирования общехозяйственной конъюнктуры.
21. Этапы прогнозирования рыночной конъюнктуры
22. Содержание и специфические особенности этапов прогнозирования рыночной конъюнктуры.
23. Виды прогнозирования рыночной конъюнктуры
24. Основные методы прогнозирования конъюнктуры рынка: экстраполяция (аналитическое выравнивание временных рядов, скользящие средние, сглаживание статистических данных),
25. Основные методы прогнозирования конъюнктуры рынка: экспертные оценки (метод опроса, метод «Дельфи»),
26. Основные методы прогнозирования конъюнктуры рынка: экономико-математическое моделирование, балансовый метод.
27. Система показателей конъюнктуры рынка.
28. Конъюнктура мирового рынка и ее показатели.
29. Направления исследования рынка.
30. Маркетинговый анализ предприятия: сущность и методы.
31. Сущность и методы конкурентного анализа.

32. Оценка конкурентной среды.
33. Оценка конкурентоспособности предприятия.
34. Определение емкости рынка.
35. Экономические кризисы: причины, проявления, последствия и пути выхода.
36. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка
37. Процедура исследования конъюнктуры рынка.
38. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка.
39. Процедура исследования конъюнктуры рынка.
40. Современные технологии стратегического маркетингового анализа.
41. Современные методы оценки внешней среды предприятия.
42. Анализ тенденций развития факторов макровнешней среды предприятия.
43. Анализ тенденций развития рынка и его сегментов.
44. Анализ потребителей и потребительских предпочтений
45. Анализ состояния и динамики конкурентной среды.
46. Проблемы оценки конкурентоспособности предприятия.
47. Анализ комплекса маркетинга.
48. Анализ оценка стратегического потенциала предприятия.
49. Конъюнктурный обзор рынка мяса и мясной продукции.
50. Конъюнктурный обзор рынка молока и молочной продукции.

Образец экзаменационного билета:

Башкирский государственный университет	Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»
Институт экономики, финансов и бизнеса	Профиль «Коммерция»
Кафедра управления проектами и маркетинга	Дисциплина «Конъюнктура товарного рынка»

Экзаменационный билет № 1

1. Понятие конъюнктуры товарного рынка, цели и методы ее анализа.
2. Факторы, определяющие емкость товарного рынка.
3. Система показателей конъюнктуры рынка.
4. Определение емкости рынка.

Зав. кафедрой

Е.И. Янгирова

Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

Критерии оценки (в баллах) для очной формы обучения:

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы.

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности.

- **10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

- **1-10 баллов** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

Критерии оценки (в баллах)(для заочной формы обучения):

- **«отлично»** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы.

- **«хорошо»** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретический вопрос, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности.

- **«удовлетворительно»** баллов выставляется студенту, если при ответе на теоретический вопрос студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос.

- **«неудовлетворительно»** баллов выставляется студенту, если ответ на теоретический вопрос свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

4.3. Рейтинг-план дисциплины

Конъюнктура товарного рынка

(название дисциплины согласно рабочему учебному плану)

специальность Экономика, профиль «Торговое дело»

курс 3, семестр 6

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1				
Текущий контроль				15
1. Индивидуальные задания	1	15		15
Рубежный контроль				
1. Тестовый контроль	10	1		10
Модуль 2				
Текущий контроль				15
1. Индивидуальные задания	1	15		15
Рубежный контроль				
1. Письменная контрольная работа	10	1		10
Модуль 3				
Текущий контроль				10
1. Индивидуальные задания	1	10		10
Рубежный контроль				
1. Письменная контрольная работа	10	1		10
Поощрительные баллы				
1. Выполнение докладов на заданную тему	5	1		5
2. Публикация статей	5	1		5
Посещаемость				
Посещаемость лекций				-6
Посещаемость практических занятий				-10
Итоговый контроль: Экзамен				30
ИТОГО:				110

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

Основная литература:

1. Твердохлебова, Т.В. Мировые товарные рынки. Особенности функционирования рынка металлов : учебное пособие / Т.В. Твердохлебова, М.Ю. Зданович. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2011. - 176 с. - ISBN 978-5-7638-2381-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229186>
2. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 258 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02014-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084> (18.01.2019).
3. Гришаева, Л.В. Сельскохозяйственные рынки: учебное пособие / Л.В. Гришаева. - Омск : ОмГАУ, 2003. - 218 с. - ISBN 5-89764-129-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116596>
4. Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири : монография / В.В. Куимов, Ю.Ю. Сулова, Е.В. Щербенко, Л.В. Панкова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2015. - 268 с. : табл., ил. - Библиогр.: с. 230-246. - ISBN 978-5-7638-3149-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435695>
5. Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва : Юнити-Дана, 2017. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>
6. Международные экономические отношения=International Economic Relations : учебник / ред. В.Е. Рыбалкин, В.Б. Мантусов. - 10-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 703 с. : табл., граф., схемы - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02619-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114798> (23.11.2018).
6. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 258 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02014-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084>.

Дополнительная литература:

7. Статистика рынка товаров и услуг: учебно-практическое пособие / И.К. Беляевский, А.В. Коротков, Л.А. Данченко, Н.В. Татаркова. - Москва : Евразийский открытый институт, 2009. - 207 с. - ISBN 978-5-374-00212-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93218>
8. Иванова Т.Н. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров: Учебное пособие: ИНФРА-М, 2015. – 240с. Электронная версия <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=463725>
9. Вытовтов, А.А. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров: учебник для студентов вузов (бакалавриат и магистратура) / А. А. Вытовтов. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 576с.
10. Чебакова, Г.В. Товароведение, технология и экспертиза пищевых продуктов животного происхождения: учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по специальности 080401 "Товароведение и экспертиза товаров (по областям применения)" / Г.В. Чебакова, И.А. Данилова. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 304 с.
11. Нилова, Л.П. Товароведение и экспертиза зерномучных товаров: учебник для студентов вузов / Л.П. Нилова. - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 448 с
12. Григорян, Е.С. Товароведение: учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по направл. 100800 "Товароведение" (бакалавриат) / Е.С. Григорян. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 265 с.
13. Березина, В.В. Товароведение и экспертиза качества плодоовощных товаров и грибов: Лабораторный практикум: Дашков и К, 2015. - 200 с. Электронная версия <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=512678>

14. Криштафович, В.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Лабораторный практикум: Дашков и К, 2013. - 592 с. Электронная версия <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430222>
15. Елисеева, Л.Г. Идентификационная и товарная экспертиза продуктов растительного происхождения: учеб. пособие для студентов вузов / Л.Г. Елисеева, М.А. Положишникова, А.В. Рыжакова, Т.Н. Иванова; под ред. Л.Г. Елисейевой. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 524 с.
16. Данильчук, Ю.В. Товароведение и экспертиза мясных товаров. Лабораторный практикум: учеб. пособие для студентов вузов / Ю. В. Данильчук. - М.: ИНФРА-М, 2013. – 174 с.
17. Товаровед продовольственных товаров, журнал.
18. ГОСТ Р 51074-2003. Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
Федеральная служба государственной статистики	www.gks.ru
Административно-управленческий портал	www.aup.ru/books/i002.htm
Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»	www.ecsocman.edu.ru
Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации	www.economy.gov.ru
Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по РБ	www.bashstat.ru
Министерство регионального развития Российской Федерации	www.minregion.ru
Электронно-библиотечная система	www.znanium.ru
Информационно-издательский центр «Статистика России»	www.infostat.ru
Библиотека Г. Верникова – все о менеджменте и ИТ - подборка аналитических материалов по вопросам экономики, менеджмента и информационных технологий.	vernikov.ru

- База данных периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам» - <https://dlib.eastview.com/>
- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
- Справочно-правовая система Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru/>
- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru/>
- Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» – <https://elib.bashedu.ru/>
- Электронная библиотечная система издательства «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
- Электронный каталог Библиотеки БашГУ – <http://www.bashlib.ru/catalogi>
- Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press) - <https://archive.neicon.ru/xmlui/>
- Издательство «Annual Reviews» - <https://www.annualreviews.org/>
- Издательство «Taylor&Francis» - <https://www.tandfonline.com/>

12. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
13. MicrosoftOfficeStandard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
14. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Конъюнктура товарного рынка	<p>1.учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лаборатория социально-экономического моделирования №107 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных №108 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №110 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №111 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №114 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №122 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №204 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №207 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №208 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №209 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №210 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №212 (гуманитарный корпус), аудитория №213 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №218 (гуманитарный корпус), аудитория №220 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №221 (гуманитарный корпус), аудитория №222 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №301 (гуманитарный корпус), аудитория №305 (гуманитарный корпус), аудитория №307 (гуманитарный корпус), аудитория №308 (гуманитарный корпус), аудитория №309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении №311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении №311в (гуманитарный корпус).</p> <p>2.учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: лаборатория социально-экономического моделирования №107 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных №108 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №110 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №111 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №114 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №122 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №204 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №207 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №208 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №209 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №210 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №212 (гуманитарный корпус), аудитория №213 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №218 (гуманитарный корпус), аудитория №220 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория №221 (гуманитарный корпус), аудитория №222 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	<p>лаборатория социально-экономического моделирования №107: учебная мебель, доска, проекционный экран, электродиодом lumienmastercontrol, проектор pcasio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт.</p> <p>лаборатория анализа данных №108: учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт.</p> <p>аудитория №110: учебная мебель, доска, телевизор pled.</p> <p>аудитория №111: учебная мебель, доска, телевизор pled.</p> <p>аудитория №114: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория №115: учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dv dплеер tochiba, магнитола sony (4 шт.)</p> <p>аудитория №118: учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр plg, флипчарт магнитно-маркерный натреноге</p> <p>аудитория №122: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория №204: учебная мебель, доска, проекционный экран, электродиодом lumienmastercontrol, проектор pcasio.</p> <p>аудитория №207: учебная мебель, доска, телевизор pled tcl.</p> <p>аудитория №208: учебная мебель, доска, телевизор pled tcl.</p> <p>аудитория №209:</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные.</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные.</p>

4), аудитория №301 (гуманитарный корпус), аудитория №305 (гуманитарный корпус), аудитория №307 (гуманитарный корпус), аудитория №308 (гуманитарный корпус), аудитория №309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике управления №311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике управления №311в (гуманитарный корпус).

3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: лаборатория социально-

экономического моделирования №107 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), лаборатория анализа данных №108 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №110 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №111 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №114 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №122 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №204 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №207 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №208 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №209 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №210 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №212 (гуманитарный корпус), аудитория №213 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №218 (гуманитарный корпус), аудитория №220 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №221 (гуманитарный корпус), аудитория №222 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №301 (гуманитарный корпус), аудитория №305 (гуманитарный корпус), аудитория №307 (гуманитарный корпус), аудитория №308 (гуманитарный корпус), аудитория №309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике управления №311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике управления №311в (гуманитарный корпус).

4. учебная аудитория для текущей контрольной промежуточной аттестации: лаборатория социально-

экономического моделирования №107 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), лаборатория анализа данных №108 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №110 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №111 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №114 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №122 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №204 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №207 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №208 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №209 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №210 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №212 (гуманитарный корпус), аудитория №213 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №218 (гуманитарный корпус), аудитория №220 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №221 (гуманитарный корпус), аудитория №222 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория №301 (гуманитарный корпус), аудитория №305 (гуманитарный корпус), аудитория №307 (гуманитарный корпус), аудитория №308 (гуманитарный корпус), аудитория №309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в

учебная мебель, доска.

аудитория №210:

учебная мебель, доска.

аудитория №212:

учебная мебель, доска, проектор infocus.

аудитория №213:

учебная мебель, доска, проекционный экран электродиода lumienmastercontrol, проектор casio.

аудитория №218:

учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.

аудитория №220:

учебная мебель, доска.

аудитория №221

учебная мебель, доска.

аудитория №222

учебная мебель, доска.

аудитория №301

учебная мебель, экран штативе, проектор aspeg.

аудитория №302

учебная мебель, персональный компьютер в комплекте, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблоку.

аудитория №305

учебная мебель, доска, проектор infocus.

аудитория №307

учебная мебель, доска.

аудитория №308

учебная мебель, доска.

аудитория №309

учебная мебель, доска.

лаборатория исследования процессов в экономике управления №311а

учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.

лаборатория информационных технологий в экономике управления №311в

учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте №1 игу corp 510 – 14 шт.

	<p>экономике и управлении №311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении №311в (гуманитарный корпус).</p> <p>5. помещения для самостоятельной работы: аудитория №302 читальный зал (гуманитарный корпус).</p> <p>6. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: аудитория №115 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), 118 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)</p>	<p>аудитория №312 учебная мебель, доска.</p>	
--	---	---	--