

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

экономический факультет

Рекомендовано МССН

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины **Методы исследования рынка**

Рекомендуется для направления подготовки/специальности

**38.03.02 Менеджмент**

*(указываются код и наименование направления подготовки/специальности)*

Направленность программы (профиль)

Управление бизнесом, Управление человеческими ресурсами, Маркетинг,  
Управление производством для очной и очно-заочной форм обучения

Квалификация выпускника: **бакалавр**

## 1. Цели и задачи дисциплины

Дисциплина относится к аналитической части маркетинговой деятельности компании. В рамках прохождения дисциплины рассматривается все многообразие методов и моделей оценки деятельности компании в условиях рынка. Основная цель – развитие навыков и компетенций оценки среды деятельности для разработки различного вида планов и отдельных мероприятий, связанных с бизнесом фирм и организаций.

К основным задачам относятся

- описание параметров среды деятельности компании (бизнес среды) и процесса их определения.
- изучение блока методов и моделей, входящего в систему маркетинговой информации;
- развитие навыков в области формирования информационной системы современного предприятия на рынке;
- развитие навыков прогнозирования и разработки сценариев состояния рынка (сегмента);
- ознакомление с методами количественного и качественного анализа;
- получение навыка выбора средств анализа;
- развитие аналитических навыков для оценки опыта отечественных и зарубежных компаний.

**2. Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина Б1.О.02.10 «Методы исследования рынка» относится к вариативной компоненте обязательной части учебного плана. В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица 1

### Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
1	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Теория управления Теория организации Статистика, Менеджмент, Маркетинг	Стратегический менеджмент,
2	ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	Учет и анализ Финансовый менеджмент Статистика, Менеджмент, Маркетинг Блокчейн	Стратегический менеджмент,

		Финансовая математика	
3	ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Микроэкономика Макроэкономика Экономическая география Экономика предприятия Статистика, Менеджмент, Маркетинг	Стратегический менеджмент,

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций студента:

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;
- способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### **Знать:**

- параметры макросреды деятельности предприятия;
- параметры микросреды деятельности предприятия;
- показатели оценки деятельности предприятия;
- показатели оценки среды бизнеса (рынка);
- методы качественного анализа;
- методы количественного анализа;
- принципы выбора методов анализа;

#### **Уметь:**

- выявлять основные тенденции рыночной среды;
- выявлять ключевые проблемы предприятия;
- формулировать гипотезы и цели анализа;
- выбирать набор методов для анализа в зависимости от целей и условий;
- составлять информационные базы маркетинговой информации;
- проводить анализ деятельности предприятия;
- проводить анализ состояния рынка и его привлекательности;

- составляться аналитическое резюме;

**Владеть:**

- терминологией системного анализа;
- навыками работы с информационными массивами;
- навыками работы с программными продуктами по обработке информации;
- методами анализа рыночной конъюнктуры;
- навыками презентации;

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 ЗЕ (зачетных единицы.)

№	Вид учебной работы	Всего часов	Модули			
			10	11	12	13
1.	<b>Аудиторные занятия (ак. часов)</b>	36				36
	В том числе:					
	Лекции	9				9
	Прочие занятия					
	<i>В том числе:</i>					
	<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	27				27
	<i>Семинары (С)</i>					
	<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>					
2.	<b>Самостоятельная работа студентов (ак. часов)</b>	81				81
	В том числе:					
	Курсовой проект (работа)					
	Расчетно-проектные работы	40				40
	Реферат					
	Другие виды самостоятельной работы	41				41
3.	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	27				27
4.	<b>Общая трудоемкость (ак. часов)</b>	144				144
	<b>Общая трудоемкость (зачётных единиц)</b>	4				4

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Раздел 1. Показатели оценки рыночной деятельности компании.	<b>Введение.</b> Место и задачи анализа рынка на современном предприятии. <b>Тема 1.</b> Информация, как один из управленческих ресурсов. Виды и классификация: классификационная, топологическая и метрическая информация <b>Тема 2.</b> Качественная информация и принципы работы с ней. Методы обработки.

		<b>Тема 3.</b> Количественная информация и принципы работы с ней. Методы обработки.
2.	Раздел 2. Методы качественного анализа.	<p><b>Тема 4.</b> Методы и модели анализа информации. Общая характеристика методов: субъективные и объективные методы. Классификация методов по Ж.Ламбену. Критерии и алгоритм выбора метода анализа.</p> <p><b>Тема 5.</b> Группы экспертных методов 1го порядка. Интуитивный прогноз, методы интроспекции и аналогий. Проекционные методы. Фокус-группы и глубинные интервью. Область применения. Достоинства и недостатки.</p> <p><b>Тема 6.</b> Группы экспертных методов 2го порядка. Экспертный анализ. Разработка экспертных форм. Критерий успешности проекта.</p> <p><b>Тема 7.</b> Морфологический анализ. Модели и матрицы оценки рынка, их многообразие и развитие. Портфельный анализ, как разновидность морфологического анализа.</p>
3.	Раздел 3. Количественные и комбинированные методы анализа.	<p><b>Тема 8.</b> Эвристические, экстраполяционные и экспликативные методы. Условия применения. Метод декомпозиции явления. Компенсаторные модели с использованием весовых коэффициентов.</p> <p><b>Тема 9.</b> Стохастические методы. Цепи Маркова в маркетинговом анализе.</p> <p><b>Тема 10.</b> Прогнозирование на основе динамических рядов и экстраполяции.</p> <p><b>Тема 11.</b> Оценка факторов влияния на показатели спроса на продукцию фирмы. Регрессионный анализ.</p> <p><b>Тема 12.</b> Методы сценариев. «Дорожные карты», как инструмент маркетингового анализа.</p>
4.	Раздел 4. Прикладные аспекты анализа	<p><b>Тема 13.</b> Анализ внешней среды предприятия. Макропараметры и их учет при организации деятельности. Анализ экономической привлекательности региона. Оценка микро-среды деятельности.</p> <p><b>Тема 14.</b> Анализ финансового состояния предприятия. Платежеспособность предприятия, как основной критерий привлекательности фирмы для инвесторов. Анализ прибыли и прибыльности предприятия и его отдельных подразделений. Конкурентная позиция предприятия и ее влияние на показатель прибыли.</p>

## 5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	КР	СРС	Всего час.
-------	---------------------------------	-------	-------------	-----------	----	-----	------------

1.	Раздел 1. Показатели оценки рыночной деятельности компании.	2	5		4	15	26
2.	Раздел 2. Методы качественного анализа.	2	8		8	20	38
3.	Раздел 3. Методы количественного анализа.	2	8		8	20	38
4.	Раздел 4. Прикладные аспекты анализа	3	6		7	26	42
	Итого	9	27		27	81	144

#### 6. Лабораторный практикум – не предусмотрен

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость (час.)
1.			

#### 7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (час.)
1.	Раздел 1. Показатели оценки рыночной деятельности компании.	№1. Составление параметров информационной базы рыночной деятельности предприятия.	5
2.	Раздел 2. Методы качественного анализа.	№2. Оценка качественного исследования. Составление семантического дифференциала. №3. Ранжирование информации. Расчет корреляции при наличии непараметрических данных (коэффициент Спирмена).	8
3.	Раздел 3. Методы количественного анализа.	№4. Разработка прогноза реализации на основе динамических рядов и экстраполяции. №5. Выбор варианта направления деятельности (вероятностное состояние среды при принятии решения). №6. Расчет доли рынка предприятия на основе выявленной лояльности покупателей (цепи Маркова).	8
4.	Раздел 4. Прикладные аспекты анализа	№7. Оценка и выбор наиболее привлекательного сегмента для ведения бизнеса. №8. Оценка товарного предложения предприятия.	6

		№9. Оценка эффективности систем продвижения и / или распределения.	
	Итого		27

### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории (кабинеты) с рабочими местами для проведения лекций (по числу студентов в потоке) и для проведения семинаров (по числу студентов в отдельных группах);
- доска;
- стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office 2010;
- мультимедийный проектор;
- допускается использование переносной аппаратуры – ноутбук и проектор;
- экран (стационарный или переносной напольный).

№ ауд.	Наименование оборудованных учебных кабинетов	Перечень основного оборудования
19, 23, 25, 27, 29	<b>Компьютерные аудитории</b>	19: Системный блок Iru Intel i7 3160 MHz/16 GB/600 GB/DVD/audio -21 шт, Монитор 23» Acer G236HL – 21 in Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W, Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303 23: Системный блок Iru Intel i7 3160 MHz/16 GB/600 GB/DVD/audio – 21 шт, Монитор 23» Acer G236HL – 21 шт, Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W, Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303 25: Системный блок Norbelli Intel Intel i5 3200 MHz/8192 MB/500 GB/DVD/audio – 21 шт Монитор Philips 234E5Q – 21 шт Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303 27: Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21” – 21 шт Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303 29: Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21” – 21 шт, Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303
Зал 3	Лекционная аудитория	Мультимедиа проектор Casio XJ-M250 – 1 шт., экран -1 шт.

### 9. Информационное обеспечение дисциплины:

а) программное обеспечение: ОС MS Windows ( XP и выше), MS Office 2010.

б). информационно-справочные и поисковые системы:

УНИБЦ (Научная библиотека) осуществляет доступ к следующим ЭБС:

- ЭБС РУДН Режим доступа: <http://lib.rudn.ru/> - со стационарных компьютеров РУДН
- Университетская библиотека ONLINE – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
- Книжные коллекции издательства SPRINGER. – Режим доступа: [www.springerlink.com](http://www.springerlink.com)
- Универсальные базы данных East View. – Режим доступа: <http://online.ebiblioteka.ru/>
- ЭБС издательства "Юрайт" Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС Издательства «Лань», коллекции
- Электронно-библиотечная система "Znaniium.com" - предоставлен доступ к основной коллекции

Электронные ресурсы для учебной деятельности

Вестник РУДН, все серии / Режим доступа: <http://journals.rudn.ru/>

eLibrary.ru / Режим доступа <http://www.elibrary.ru/defaultx.asp> с любого компьютера на территории РУДН

Диссертации РГБ Режим доступа: [https://dvs.rsl.ru/?](https://dvs.rsl.ru/)

BIBLIOPHIKA / Режим доступа: <http://www.bibliophika.ru/>

Columbia International Affairs Online (CIAO) Режим доступа: <http://www.ciaonet.org/>

East View. Коллекция "Статистические издания России и стран СНГ"

Grebennikon Режим доступа: <http://grebennikon.ru/>

LexisNexis Режим доступа: <http://academic.lexisnexis.eu>

в). Поисковые системы: Яндекс (yandex.ru), Google (google.ru).

г). Информационно-справочные порталы:

1. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
2. [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
3. [www.p-marketing.ru](http://www.p-marketing.ru)
4. [www.4p.ru](http://www.4p.ru)
5. [www.advi.ru](http://www.advi.ru)
6. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
7. [www.expert.ru](http://www.expert.ru)
8. [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)

## 10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

*а) основная литература*

1. Ямпольская, Д. О. Пилипенко А.И. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 342 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс).
2. Чернышева Анна Михайловна. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Учебник и практикум для академического бакалавриата. Часть 1 и 2 / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2018. - 219 с. - (Бакалавр. Академический курс).
3. Манн Игорь. Маркетинг без бюджета. 50 работающих инструментов / И. Манн. - 8-е изд. - М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017. - 283 с. : ил. - ISBN 978-5-00100-454-7 :



1705.00.Статистика: Учебник для академического бакалавриата / И.И. Елисеева [и др.]; Под ред. И.И.Елисеевой. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2019. - 572 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-10130-0 : 1299.00.

4. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л.П. Гаврилов. - М.: Юрайт, 2017. - 363 с. : ил. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01174-6 : 859.00.

*б) дополнительная литература*

1. Котлер Филипп. Маркетинг менеджмент] / Ф. Котлер, К.Л. Келлер; Пер. с англ. В.Кузина. - 14-е изд. - СПб. : Питер, 2021. - 800 с. : ил. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 978-5-496-00177-9 : 1473.00.
2. Чернышева А.М. Бенчмаркинг [Текст/электронный ресурс] : Учебно-методическое пособие / А.М. Чернышева. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2019. - 52 с. : ил. - ISBN 978-5-209-09164-6 : 50.67.
3. Афонин П.Н. Статистический анализ с применением современных программных средств: Учебное пособие / П.Н. Афонин, Д.Н. Афонин. - СПб. : ИЦ "Интермедия", 2021. - 98 с. - ISBN 978-4383-0080-9 : 913.00.
4. Пилипенко А.И. Конъюнктура товарных рынков: Анализ и прогнозирование в MS Excel. Учебное пособие для бакалавров – М.: РУДН, 2018.
5. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - М. : Дашков и К, 2016. - 512 с. - ISBN 978-5-394-02549-5

в) программное обеспечение: пакет прикладных программ «Статистика», SPSS.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы: базы данных предприятий и организаций, Internet – источники – Yandex, Google.

## **11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины**

Преподавание курса предполагает такие методы обучения, как лекции, семинары, групповое и индивидуальное консультирование, учебные практики, практикумы, мастер-классы, самостоятельную работу студента.

### ***Виды занятий и методы обучения***

<i>Лекции</i>	Аудиторная форма занятий, в которой даются основные положения учебной дисциплины. Конечная цель лекций – достижение студентами необходимой для дальнейшей профессиональной деятельности степени овладения изучаемыми теоретическими знаниями. Форма лекции может быть как традиционной, так и интерактивной.
<i>Семинары</i>	Аудиторная диалоговая форма занятий по одной из тем курса, предполагающая активное участие студентов (всех или некоторых из них),

	направленная на формирование у них навыков самостоятельного теоретического анализа рассматриваемых в курсе проблем, в том числе путем изучения текстов первоисточников, накопление практического опыта решения типовых профессиональных задач.
<i>Групповое академическое консультирование</i>	Основная задача группового академического консультирования - подробное либо углубленное рассмотрение некоторых тем теоретического курса, освоение которых, как правило, вызывает затруднение у части студентов. По желанию студентов возможно вынесение на обсуждение дополнительных: тем, вызывающих у них особый интерес, которые не получают достаточного освещения в лекционном курсе. Данная форма занятий является обязательной для преподавателя, студент имеет право не принимать участие в такой консультации в случае, если он самостоятельно успешно освоил данный раздел курса или же обсуждаемая дополнительная тема его не интересует.
<i>Индивидуальные консультации</i>	Внеаудиторная форма работы преподавателя с отдельным студентом, подразумевающая обсуждение тех разделов дисциплины, которые оказались для студента неясными, или же вызванная желанием студента работать над написанием курсовой или выпускной квалификационной работы по изучаемому курсу.
<i>Самостоятельная работа</i>	Чтение рекомендованной литературы (обязательной и дополнительной), подготовка к устным выступлениям, подготовка к письменным контрольным работам (рубежным, итоговым испытаниям), написание рефератов, эссе, курсовых и выпускных квалификационных работ; а также иные виды работы, необходимые для выполнения учебной программы.
<i>Деловая (ролевая) игра</i>	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.
<i>Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (работа на занятии)</i>	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.
<i>Презентация (защита) проекта/доклада/реферата/сообщения</i>	Средство контроля способностей обучающихся представить перед аудиторией результаты проделанной работы.
<i>Кейс-задача</i>	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.

<i>Доклад (сообщение)</i>	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.
<i>Контрольная работа</i>	Средство контроля, организованное как аудиторное занятие, на котором обучающимся необходимо самостоятельно продемонстрировать усвоение учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины.
<i>Тест</i>	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений.
<i>Экзамен</i>	Оценка работы студента в течение семестра (года, всего срока обучения и пр.) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

### ***Методические рекомендации по презентациям***

Презентация имеет определенную композицию-структуру:

*Вступление.* Во вступлении обосновывается выбор темы, могут быть даны исходные данные исследования (название, где опубликованы, кем), раскрывается проблематика выбранной темы.

*Основная часть.* Содержание кабинетного или полевого исследования, приводятся основные задачи, они аргументируются.

*Вывод.* Делается общий вывод по проблеме, заявленной в исследовании.

Презентация имеет следующие признаки:

1. содержание полностью зависит от содержания реферируемых источников;
2. содержит точное изложение основной информации без искажений и субъективных оценок с ссылочным указанием на источник;
3. самостоятельные суждения автора требуют специального оформления (например, путем указания в тексте своего авторства или заключения в скобки указания своих инициалов после соответствующего текста). Если же при подготовке презентации автор хочет выразить свои мысли, то он должен с помощью тех или иных методов, которые должны быть аргументированы.

### ***Критерии оценки презентаций***

№ п/п	Критерии оценки	Баллы
1	Структура работы: введение – актуальность, проблемность, цель, предмет, задачи реферата, заключение.	1

2	Полнота раскрытия темы в соответствии с целью и задачами. Самостоятельность формулировки замысла и выводов	2
3	Библиография, информационная база – использованные источники и литература. Полнота, правильность оформления подстраничных сносок и списка использованных источников	0,5
4	Оформление работы в соответствии с общими требованиями к презентациям	0,5
5	Презентация к работе (не менее 10 слайдов, отражающих существенное содержание работы)	1
ИТОГО		5

Итоговая оценка формируется путем суммирования оценок по каждому из критериев. Максимально возможное количество баллов – 5 баллов.

### *Тематика самостоятельных и интерактивных занятий*

№ раздела дисциплины	Тема занятия	Вид занятия	Трудоемк. (час.)
Раздел 1. Показатели оценки рыночной деятельности компании.	Определение параметров информационной базы рыночной деятельности предприятия. Составление схем сбора информации.	Проведение поискового, кабинетного исследования (по выбранным сегментам)	15
Раздел 2. Методы качественного анализа.	Оценка качественного исследования. Составление семантического дифференциала. Ранжирование информации. Расчет корреляции при наличии непараметрических данных (коэффициент Спирмена).	Проведение экспертного опроса с последующей обработкой результата. Подготовка презентации.	20
Раздел 3. Методы количественного анализа.	Разработка прогноза реализации на основе динамических рядов и экстраполяции. Выбор варианта направления деятельности (вероятностное состояние среды при принятии решения). №6. Расчет доли рынка предприятия на основе выявленной лояльности покупателей (цепи Мар-	На основе данных РОССТАТа произвести прогноз изменения цен. Подготовка презентации. Решение задания по выбору маркетингового решения компании. Презентация решения.	20

Раздел 4. Прикладные аспекты анализа	Оценка и выбор наиболее привлекательного сегмента для ведения бизнеса. Оценка товарного предложения предприятия. Оценка эффективности систем продвижения и / или распределения.	Проведение кабинетного исследования по описанию и оценке привлекательности рыночного сегмента. Подготовка презентации. Опрос потребителей с целью составления прогноза потребления. Подготовка презентации. Прогноз необходимого объема реализации продукции компании. Презентация результата.	26
		Итого	81

## 12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

В процессе освоения дисциплины осуществляются следующие виды контроля:

- текущий контроль - путем решения аналитических задач, анализа и обсуждения учебных заданий и индивидуальных презентаций на практических занятиях.
- промежуточный контроль - в виде подготовки и презентаций групповых проектов.
- итоговый контроль – письменный, в форме решения кейсов и тестовых заданий и задач.

### Описание балльно-рейтинговой системы

*Условия и критерии выставления оценок.* От студентов требуется посещение лекций и семинарских занятий, обязательное участие в аттестационных испытаниях, выполнение заданий преподавателя. Особо ценится активная работа на семинаре (умение вести дискуссию, творческий подход к анализу материалов, способность четко и емко формулировать свои мысли), а также качество подготовки контрольных работ (тестов), презентаций и докладов.

Оценки по преподаваемым дисциплинам выставляются на основании результатов изучения, демонстрируемых студентами на протяжении всего периода обучения (как правило, семестра). Итоговая оценка определяется суммой баллов, полученных студентами за различные виды работы в течение всего периода обучения предусмотренного учебной программой.

Все виды учебных работ выполняются точно в сроки, предусмотренные программой обучения. Если студент *без уважительных причин* не выполнил какое-либо из учебных заданий (пропустил контрольную работу, позже положенного срока сдал реферат и т.п.), то данный вид учебной работы баллы ему не начисляются, а подготовленные позже положенного срока работы не оцениваются. За различные виды работа в течение всего периода обучения студент может получить максимальную сумму – *100 баллов*.

Балльно-рейтинговая система оценки знаний, шкала оценок

Баллы БРС	Традиционные оценки РФ	Оценки ECTS
95 – 100	Отлично – 5	A (5+)
86 – 94		B (5)
69 – 85	Хорошо – 4	C (4)
61 – 68	Удовлетворительно – 3	D (3+)
51 – 60		E (3)
31 – 50	Неудовлетворительно – 2	FX (2+)
0 – 30		F (2)
51 - 100	Зачет	Passed

*Описание оценок ECTS:*

*A ("Отлично")* - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

*B ("Очень хорошо")* - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.

*C ("Хорошо")* - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

*D ("Удовлетворительно")* - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

*E ("Посредственно")* - теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.

*FX ("Условно неудовлетворительно")* - теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий

*F ("Безусловно неудовлетворительно")* - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом

курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Методы анализа рынка» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

### **Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН**

#### **Разработчики:**

доц. каф. маркетинга  
должность, название кафедры

\_\_\_\_\_

подпись

Д.О. Ямпольская  
инициалы, фамилия

**Руководитель программы**  
проф., д.э.н., каф. менеджмента

  
\_\_\_\_\_

В.С. Ефремов

#### **Заведующий кафедрой**

маркетинга  
название кафедры

\_\_\_\_\_

подпись

А.М. Зобов  
инициалы, фамилия