

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

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Рекомендовано МССН/МО

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Наименование дисциплины АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОНЬЮНКТУРЫ
РЫНКОВ**

Рекомендуется для направления подготовки/специальности 38.04.02 «Менеджмент»

Направленность программы Управление международными проектами

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

Задачи дисциплины:

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

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

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

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

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Универсальные компетенции			
	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании	Проектный анализ Управление инновационными проектами Управление международными маркетинговыми проектами	Современный стратегический анализ Управление контрактами в международных проектах Управление международными проектами Agile Project Management Анализ проектных рисков Проектное финансирование Управление интернет-проектами Бизнес-инжиниринг

	поступающих информации и данных.		
Общепрофессиональные компетенции			
	ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	-	Современный стратегический анализ Информационные системы управления в международных проектах
Профессиональные компетенции			
	ПК-2. Способность руководить проектной работой в организациях, ведущих внешнеэкономическую деятельность, с использованием современных методов управления проектами	-	Информационные системы управления в международных проектах Современный стратегический анализ Бизнес-инжиниринг

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных. (УК- 7);
- способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач (ОПК-2);
- способность руководить проектной работой в организациях, ведущих внешнеэкономическую деятельность, с использованием современных методов управления проектами (ПК-2).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- закономерности ценообразования на мировых товарных рынках;
- технологию использования принципов маркетинга при анализе и прогнозировании рыночной конъюнктуры товарных рынков;

- методологию построения и использования трендовых, тренд-циклических, адаптивных и многофакторных моделей для анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков;

Уметь:

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

Владеть:

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

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Аудиторные занятия (всего)	36	36			
В том числе:	-	-	-	-	-
<i>Лекции</i>	18	18			
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	18	18			
<i>Семинары (С)</i>					
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>					
Самостоятельная работа (всего)	72	72			
Общая трудоемкость	час	108	108		
	зач. ед.	3	3		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Раздел 1. Конъюнктура рынка как объект исследования. Мировой рынок как система отдельных товарных рынков	Тема 1. Мировой рынок как система отдельных товарных рынков Рассматриваются цели, задачи и система конъюнктурных исследований; методические принципы изучения анализа и конъюнктуры мировых товарных рынков; основные виды прогнозов рыночной конъюнктуры, этапы и сценарии разработки. Современные определения мирового рынка как экономической категории. Мировой рынок как сложная экономическая система. Структура мирового рынка. Методические подходы к разграничению рынков. Виды и особенности мировых товарных рынков. Классификация мировых рынков по отраслевому признаку, по стадии

		<p>переработки товара, степени наукоемкости товара, уровню конкурентности. Производственная специализация в рамках конкретных товарных рынков.</p> <p>Взаимосвязь структуры мирового рынка и структуры международной торговли. Стандартная международная торговая классификация ООН.</p> <p>Тема 2. Экономическая конъюнктура мировых товарных рынков: сущность и факторы формирования</p> <p>Современные определения конъюнктуры как экономической категории. Виды конъюнктуры: общехозяйственная, отраслевая, рыночная. Количественные и качественные характеристики экономической конъюнктуры. Свойства конъюнктуры.</p>
2.	<p>Раздел 2.</p> <p>Экономическая конъюнктура мировых товарных рынков: сущность и факторы формирования. Циклы в развитии конъюнктуры</p>	<p>Тема 3. Циклические факторы формирования экономической конъюнктуры.</p> <p>Циклические факторы формирования экономической конъюнктуры. Система экономических циклов (малых, средних, больших) конъюнктуры мировой экономики, закономерности их проявления. Фазы делового цикла (кризис, депрессия, оживление, подъем) как фундаментальные факторы формирования конъюнктуры мировых товарных рынков.</p> <p>Постоянные и временные нециклические факторы: научно-технический прогресс, государственное регулирование ВЭД, особенности финансовой и денежно-кредитной систем стран, военная экономика стран и другие. Влияние Всемирной Торговой Организации и других международных организаций на состояние и развитие мировых рынков. Рассматриваются основные циклы капиталистического способа производства (Дж. Китчина, К. Жюглара, С. Кузнеца, Н. Кондратьева) и механизм формирования и развития среднесрочных циклов; приводятся примеры антициклического регулирования.</p>
3	<p>Раздел 3. Основы конъюнктурных исследований мировых рынков. Основные источники информации для исследования, анализа и прогнозирования конъюнктуры мировых товарных рынков</p>	<p>Тема 4. Конъюнктурные исследования как вид научно-прикладных исследований.</p> <p>Анализируется методология построения индексов цен по экспорту и импорту в целом и товарным группам и отдельным товарам с разной степенью агрегированности товаров по данным международных статистических органов. Конъюнктурные исследования как вид научно-прикладных исследований. Цели и задачи, принципы проведения конъюнктурных исследований. Подходы к исследованию экономической конъюнктуры, определение объекта и предмета исследования. Уровни конъюнктурных исследований. Структура и содержание типового обзора конъюнктуры мирового рынка конкретного товара. Стадии процесса конъюнктурного исследования мировых товарных рынков.</p> <p>Тема 5. Анализ конъюнктурообразующих факторов на мировых товарных рынках.</p>

		<p>Группировка конъюнктурообразующих факторов по различным классификационным признакам. Методика выявления наиболее значимых конъюнктурообразующих факторов. PEST – анализ как инструмент понимания рынка.</p> <p>Тема 6. Источники конъюнктурной информации. Методы сбора, систематизации и обработки статистической информации. Альтернативные источники получения информации о конкретных рынках, предприятиях, товарах. Правовые аспекты получения и использования экономической информации. Источники статистической информации: сайты служб статистики, министерств и ведомств, общественных организаций, аналитических агентств и т.д.</p>
4	<p>Раздел 4. Использование принципов маркетинга при анализе и прогнозировании рыночной конъюнктуры товарных рынков. Показатели конъюнктуры мировых товарных рынков</p>	<p>Тема 7. Анализ деятельности участников мировых рынков. Рассматривается концепция международного маркетинга. Обсуждаются вопросы ценовой политики в системе экспортного маркетинга. Формируется общее представление о профессиональном маркетинговом исследовании конъюнктуры рынков, о специфике и многоаспектности результатов конкретных комплексных исследований по конъюнктуре рынков, о роли экономико-математических методов и моделей в изучении и прогнозировании конъюнктуры товарных рынков.</p> <p>Тема 8. Показатели конъюнктуры мировых товарных рынков. Показатели конъюнктуры как результат влияния конъюнктурообразующих факторов. Совокупность базовых показателей конъюнктуры мировых товарных рынков, группировка показателей. Важнейшие показатели: объем, динамика, структура производства и торговли, емкость и насыщенность рынка, уровень цен. Методика определения емкости и насыщенности рынка. Показатели оценки рыночной конъюнктуры: степень пропорциональности, тенденции развития рынка, уровень устойчивости, уровень деловой активности, уровень коммерческого риска, уровень монополизации рынка. Методики расчета показателей конъюнктурной оценки и области их применения.</p>
5	<p>Раздел 5. Статистические методы в конъюнктурном анализе и прогнозировании мировых рынков. Индексы рыночной конъюнктуры.</p>	<p>Тема 9. Использование статистических методов в конъюнктурном анализе и прогнозировании мировых рынков. Развиваются общие представления по проблеме прогнозирования. Массивы экономической информации и формы ее записи. Динамические ряды, условия их правильного построения. Основные показатели анализа рядов динамики и приемы их преобразования. Прогноз конъюнктуры рынка, его назначение и стадии. Явные и неявные связи между статистическими показателями конъюнктуры. Корреляционно-регрессионный анализ в конъюнктурных исследованиях, его сущность, цели и области применения. Техническое</p>

		<p>обеспечение статистического анализа: ППП «Microsoft Excel», программа для профессионального анализа статданных «Eviews».</p> <p>Этапы анализа экономических взаимосвязей: выявление наличия связи между показателями, определение формы, силы и направления связи. Парная и множественная линейные регрессии. Результаты корреляционно-регрессионного анализа, смысл и экономическая интерпретация полученных показателей. Оценка значимости полученных моделей и прогнозирование дальнейшей динамики показателей</p> <p>Тема 10. Индексы рыночной конъюнктуры</p> <p>Методика расчета известных индексов мировой экономики: фондовых индексов Доу Джонса, Стандарт и Пур, индекса растущей конкурентоспособности (Growth Competitiveness Index) и др.</p>
--	--	--

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

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

6. Лабораторный практикум – не предусмотрен

7. Практические занятия (семинары)

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

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

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

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

9. Информационное обеспечение дисциплины

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

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

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

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

б) дополнительная литература

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

в) периодические издания

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

г) интернет-ресурсы

1. Федеральная служба государственной статистики: [Официальный сайт]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

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

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

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

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

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

речемыслительной деятельности обучающимся) для исправления и предупреждения непродуктивных когнитивных стратегий.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Управление контрактами в международных проектах» (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:

Доцент кафедры
экономико-математического моделирования

И.В.Лазанюк

Руководитель программы,
к.э.н, доцент

С.Ю.Ревина

Заведующий кафедрой
ЭММ, к.ф.-м.н., доцент

С.А. Балашова