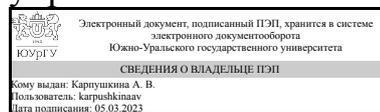


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Высшая школа экономики и
управления



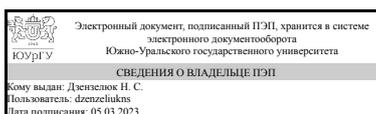
А. В. Карпушкина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины ДВ.1.13.01 Технологии исследований конкурентных позиций предприятия
для направления 38.03.02 Менеджмент
уровень бакалавр **тип программы** Прикладной бакалавриат
профиль подготовки Управление проектами
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Экономика промышленности и управление проектами

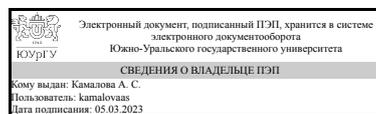
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.01.2016 № 7

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



Н. С. Дзензелюк

Разработчик программы,
старший преподаватель



А. С. Камалова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: учебного курса «Технологии исследований конкурентных позиций предприятия» - сформировать у студентов комплексное представление о значимости роли предприятия на рынке, теоретических подходах, задачах, типах, практических формах исследований и методах анализа первичных данных как материального фундамента успешного управления организации в рыночной среде

Задачи: - раскрыть суть основных направлений, форм и методов эффективного исследования рынков в российских условиях с учетом мирового опыта; - сформировать у студентов целостное представление о структуре и процессе рыночных исследований; - раскрыть взаимосвязи между целями, видами рыночных исследований и способами и формами сбора информации, методами ее анализа и управленческими выводами; - научить студентов разрабатывать планы комплексных исследований потребителей в целях правильной оценки перспективности рынков и конкурентной позиции товаров и услуг предприятия; - научить осуществлять сбор, обработку и анализ маркетинговой информации; - выработать умение пользования стандартизованными и статистическими инструментами исследования; - дать студентам практические навыки маркетинговых исследований.

Краткое содержание дисциплины

«Технологии исследований конкурентных позиций предприятия» – это дисциплина, дающая возможность студентам научиться управлять процессом организации рыночных исследований, включая определение их целей и видов, выбора инструментов сбора данных, методов анализа и интерпретации информации и обеспечивать, таким образом, коммерческий успех организации. Включает две составных части: лекционный курс и практические занятия.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ПК-17 способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Знать:основные методики оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности методики поиска новых рыночных возможностей механизмы формирования новых бизнес-моделей
	Уметь:оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
	Владеть:навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности навыками выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей
ПК-9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов	Знать:риски от воздействия макроэкономической среды на деятельность предприятия, виды маркетинговых стратегий и особенности их

государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	применения в организациях, а также эффективность их использования.
	Уметь: проводить исследование рынка с целью оценки реакции покупателей на товар, цену, продвижение, формулировать принципы и функции маркетинга и направления его использования в условиях рыночной экономики; разрабатывать маркетинговые стратегии для организаций.
	Владеть: навыками анализа маркетинговых концепций; навыками выбора целей и принципов маркетинговой деятельности предприятия, методикой анализа концепций и стратегий развития.
ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать: план, последовательность и содержание этапов стратегического анализа, методы и инструменты маркетинговых исследований; содержание и методы статистического анализа маркетинговой информации.
	Уметь: использовать информацию, полученную в результате стратегического анализа предприятия, а также маркетинговых исследований для подготовки и принятия управленческих решений, направленных на обеспечение конкурентоспособности предприятия.
	Владеть: методами стратегического анализа, а также анализа не формализуемой и статистической информации, умением интерпретировать результаты анализа и формировать управленческие выводы.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Б.1.12 Макроэкономика, Б.1.23 Экономика предприятия (организации), Б.1.17 Маркетинг	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Б.1.12 Макроэкономика	Знать закономерности функционирования современной экономики на макро- уровне; Уметь выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей, Владеть навыками нахождения компонентов рыночной среды.
Б.1.17 Маркетинг	Знать способы и стратегии охвата рынка, методику маркетинговых исследований; Уметь определять перспективные направления использования современных технологий применительно к конкретному предприятию,

	Владеть навыками сегментации рынка по новым и существующим продуктам предприятия.
Б.1.23 Экономика предприятия (организации)	Знать методы ценообразования, Уметь использовать источники экономической, социальной, финансовой информации; Владеть методологией экономического исследования.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		9	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>	12	12	
Лекции (Л)	4	4	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	96	96	
Подготовка к экзамену, выполнение контрольно-рейтинговых мероприятий текущего контроля	66	66	
Подготовка докладов на заданную тему	10	10	
Подготовка к практическим задачам	20	20	
Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен	

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Роль первичной информации и исследований в управлении предприятием	3	1	2	0
2	Разработка плана исследований	3	1	2	0
3	Сбор, подготовка и анализ данных	3	1	2	0
4	Отчеты о результатах исследований	3	1	2	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Информация и исследования в управлении предприятием. Содержание и основные направления исследований. Организация МИС.	1
1	2	Поисковые и дескриптивные (описательные) маркетинговые исследования (наблюдение и обследование)	1
2	3	Измерения и шкалирование, разработка опросника и форм представления результатов. Дисперсионный и дискриминантный анализы. Корреляционно-	1

		регрессионный анализ. Кластерный анализ. Методы прогнозирования.	
2	4	Отчеты о результатах исследований	1

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Взаимосвязь видов исследования. Цели и формы поискового и дескриптивного исследования. Источники и типы ошибок	2
2	2	Основные типы шкал. Методы и проблемы сравнительного и несравнительного шкалирования. Разработка вопросников и форм для результатов наблюдения.	2
3	3	Сплошное наблюдение и выборка. План выборки. Методы детерминированной и вероятностной выборки. Оценка объема	2
4	4	Парная регрессия. Кластерный анализ. Интерпретация результатов	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Подготовка к экзамену, выполнение контрольно-рейтинговых мероприятий текущего контроля	пункт 8 данной рабочей программы	66
Подготовка к практическим занятиям	пункт 8 данной рабочей программы	20
Подготовка докладов на заданную тему	пункт 8 данной рабочей программы	10

6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Мультимедийные лекции	Лекции	Мультимедийные лекции по всем разделам курса	4

Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Не предусмотрены

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: нет

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Роль первичной информации и исследований в управлении предприятием	ПК-9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Презентация докладов	Темы докладов
Все разделы	ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Экзамен	Вопросы к экзамену
Все разделы	ПК-17 способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Экзамен	Вопросы к экзамену
Все разделы	ПК-9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Экзамен	Вопросы к экзамену
Роль первичной информации и исследований в управлении предприятием	ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Письменный ответ на задание 1	1
Процесс маркетинговых исследований	ПК-9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Письменный ответ на задание 2	2
Сбор, подготовка и анализ данных	ПК-17 способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Письменный ответ на задание 3	3

7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
Презентация докладов	<p>Темы докладов выдаются в первую неделю семестра. Затем по графику студент представляет на паре презентацию по заданной теме, а также доклад. После доклада студент отвечает на три вопроса преподавателя по данной теме. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Максимальное количество баллов за это задание равно 3. Весовой коэффициент мероприятия - 0,1. Критерии оценивания: 3 балла - студент полностью ответил на три вопроса. 2 балла - студент полностью ответил на 2 вопроса, либо частично на два вопроса и полностью на один. 1 балл - студент ответил на один вопрос, либо частично на два или три вопроса. 0 баллов - студент неправильно ответил ни на один вопрос.</p>	<p>Отлично: Величина рейтинга обучающегося 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося 75...84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 0...59 %</p>
Экзамен	<p>На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. Студент может оставить себе сформированную оценку или повысить рейтинг, пройдя мероприятие промежуточной аттестации. Мероприятие промежуточной аттестации не является обязательным и служит для повышения рейтинга студента. Мероприятие промежуточной аттестации проводится во время экзамена в устной форме, по билетам, в билете 2 вопроса по темам дисциплины. Время подготовки ответа на вопросы - 1 час. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Критерии оценивания: полный и верный ответ на каждый вопрос - 2 балла; частично верный ответ на каждый вопрос - 1 балл. Максимальное количество баллов за экзамен 4 балла.</p>	<p>Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %</p>
Письменный ответ на задание 1	<p>Студенты письменно отвечают на задание 1. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Максимальное количество баллов за это задание равно 3. Весовой коэффициент мероприятия - 0,3. Критерии оценивания: 3 балла - изложение полученных знаний студентом полное, в соответствии с требованиями учебной программы. 2 балла - изложение полученных знаний студентом полное, в соответствии с требованиями учебной программы, допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентами после указания преподавателя на них. 1 балл - изложение полученных</p>	<p>Отлично: Величина рейтинга обучающегося 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося 75...84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 0...59 %</p>

	<p>знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего программного материала, допускаются отдельные существенные ошибки. 0 баллов - изложение учебного материала неполное, бессистемное, что препятствует усвоению последующей учебной информации, существенные ошибки, неисправляемые даже после указания на них преподавателем.</p>	
<p>Письменный ответ на задание 2</p>	<p>Студенты письменно отвечают на задание 2. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Максимальное количество баллов за это задание равно 7. Весовой коэффициент мероприятия - 0,3. Критерии оценивания: 7 баллов - изложение полученных знаний студентом полное, прослеживается правильность и четкость ответа, знание определений и понятий, основных положений, рассмотрены различные точки зрения, установление внутрипредметные и межпредметные связи, проведен собственный анализ и оценка излагаемого материала. 5 баллов - изложение полученных знаний студентом полное, в соответствии с требованиями учебной программы, допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентами после указания преподавателя на них. 3 балла - изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего программного материала, допускаются отдельные существенные ошибки. 1 балл - изложение учебного материала неполное, допущены существенные ошибки, которые студент исправляет при указании преподавателем на них. 0 баллов - изложение учебного материала неполное, бессистемное, что препятствует усвоению последующей учебной информации, существенные ошибки, неисправляемые даже после указания на них преподавателем.</p>	<p>Отлично: Величина рейтинга обучающегося 85...100 %</p> <p>Хорошо: Величина рейтинга обучающегося 75...84 %</p> <p>Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 60...74 %</p> <p>Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 0...59 %</p>
<p>Письменный ответ на задание 3</p>	<p>Студенты письменно отвечают на задание 3. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Максимальное количество баллов за это задание равно 5. Весовой коэффициент мероприятия - 0,3. Критерии оценивания: 5 баллов - изложение полученных знаний студентом полное, прослеживается правильность и четкость ответа, знание определений и понятий, основных положений, рассмотрены различные точки зрения, установлены внутрипредметные и межпредметные связи, проведен собственный анализ и оценка излагаемого материала. 4 балла - изложение полученных знаний студентом полное, в соответствии с требованиями учебной</p>	<p>Отлично: Величина рейтинга обучающегося 85...100 %</p> <p>Хорошо: Величина рейтинга обучающегося 75...84 %</p> <p>Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 60...74 %</p> <p>Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 0...59 %</p>

	<p>программы, допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентами после указания преподавателя на них. 3 балла- изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего программного материала, допускаются отдельные существенные ошибки. 1-2 балла-изложение учебного материала неполное, допущены существенные ошибки, которые студент исправляет при указании преподавателем на них. 0 баллов - изложение учебного материала неполное, бессистемное, что препятствует усвоению последующей учебной информации, существенные ошибки, неисправляемые даже после указания на них преподавателем.</p>	
--	---	--

7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
Презентация докладов	<p>Роль и сущность исследований рынка в управлении предприятием Процесс маркетинговых исследований Разработка плана исследований Процедуры, используемые в ходе предварительного анализа данных Дисперсионный, регрессионный и дискриминантный анализ Законы статистики Уолкопа Вариации отчетов о результатах исследования</p>
Экзамен	<p>Вопросы для подготовки к экзамену представлены во вложении Вопросы к экзамену.docx</p>
Письменный ответ на задание 1	<p>Задание 1. Выберите организацию. Составьте структурную схему и опишите организационную структуру системы управления, действующую на предприятии. Опишите плюсы и минусы данной структуры.</p>
Письменный ответ на задание 2	<p>Задание 2. По выбранному ранее предприятию, провести маркетинговое исследование рынка: - выявить проблемы и сформулировать цели исследования; - выбрать источники вторичной информации; - собрать первичную информацию (провести опрос, эксперимент, наблюдение); - проанализировать собранную информацию; - представить полученные результаты и сделать выводы.</p>
Письменный ответ на задание 3	<p>Задание 3. Определить рынок, на котором работает выбранная организация. Выбрать переменные для сегментации. Оценить и выбрать сегменты, на которые полагает ориентироваться компания. Выбрать стратегию охвата сегментов. Выбрать значимые критерии для дифференциации. Применить позиционирование.</p>

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика Текст учебник Е. П. Голубков. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2008. - 496 с.

2. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования [Текст] учеб. для вузов по специальности "Маркетинг" Б. Е. Токарев. - М.: Экономистъ, 2007. - 620 с. ил.

3. Черчилль, Г. А. Маркетинговые исследования [Текст] пер. с англ.: Н. Амид, С. Бородина, Н. Габенов и др.; Под общ. ред. И. В. Крылова. - СПб.: Питер, 2001. - 748 с. ил.

б) дополнительная литература:

1. Маркетинг и маркетинговые исследования 16+ ЗАО "Издат. дом Гребенникова" журнал. - М., 2002-

2. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст] учебник для вузов по экон. направлениям и специальностям О. Н. Романенкова и др.; под общ. ред. О. Н. Романенковой ; Финанс. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - М.: Юрайт, 2014. - 314, [1] с. ил.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Маркетинг и маркетинговые исследования ,ЗАО "Издат. дом Гребенникова"; журналы № 1-6 с 2010-2016 гг ; Место хранения ЧЗ/ЗД/302

2. Маркетинг в России и за рубежом, ЗАО "Финпресс", журналы № 1-6 с 2009-2016 гг ; Место хранения ЧЗ/ЗД/302

3. Маркетинговые коммуникации ,ЗАО "Издат. дом Гребенникова", журналы № 1-6 с 2013-2016 гг ; Место хранения ЧЗ/ЗД/302

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Организация самостоятельной работы студентов [Текст] : метод. указания для направлений "Экономика" и "Менеджмент" / И. В. Смирнова ; под ред. Н. С. Дзензелюк ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Экономика пром-сти и упр. проектами ; ЮУрГУ
http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000560202

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Организация самостоятельной работы студентов [Текст] : метод. указания для направлений "Экономика" и "Менеджмент" / И. В. Смирнова ; под ред. Н. С. Дзензелюк ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Экономика пром-сти и упр. проектами ; ЮУрГУ
http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000560202

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации: Практикум : учебное пособие / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Скляр. — Москва : Дашков и К, 2020. — 196 с https://e.lanbook.com/book/229463
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. — Москва : Дашков и К, 2021. — 440 с. https://e.lanbook.com/book/229457

9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

Нет

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	256 (2)	Проектор, интерактивная доска, ПК, подключенные к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Контроль самостоятельной работы	256 (2)	Проектор, интерактивная доска, ПК, подключенные к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Лекции	265 (3)	ПК, проектор, экран
Практические занятия и семинары	264 (2)	ПК, проектор, интерактивная доска
Экзамен	264 (2)	ПК, проектор, интерактивная доска