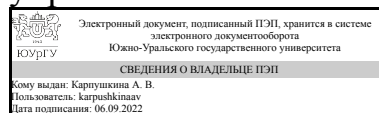


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Высшая школа экономики и
управления



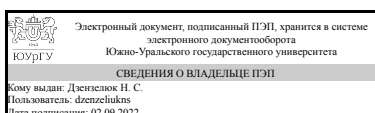
А. В. Карпушкина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины ДВ.1.08.02 Технологии исследований конкурентных позиций предприятия
для направления 38.03.01 Экономика
уровень бакалавр **тип программы** Академический бакалавриат
профиль подготовки Экономика бизнеса
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Экономика промышленности и управление проектами

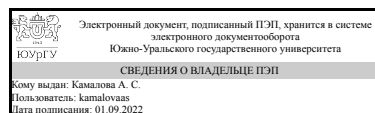
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.11.2015 № 1327

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



Н. С. Дзензелюк

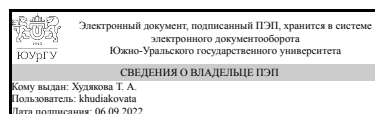
Разработчик программы,
старший преподаватель



А. С. Камалова

СОГЛАСОВАНО

Зав.выпускающей кафедрой
Цифровая экономика и
информационные технологии
д.экон.н., доц.



Т. А. Худякова

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-11 способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	Знать: структуру управленческих решений; критерии оценки показателя социально-экономической эффективности; особенности рисков и их последствия для социально-экономической составляющей общества.
	Уметь: корректно применять знания об управленческих планах; анализировать возникшие риски и возможные социально-экономические последствия при разработке планов; выделять, формулировать и аргументировать варианты управленческих решений; обосновать предложения при принятии управленческих решений.
	Владеть: способностями к критической оценке и обосновывать предложения по совершенствованию управленческих решений; способами управления рисками и выявлять социально-экономические последствия при не

	рациональном управленческом решении.
ОПК-4 способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	Знать: основы отечественного законодательства, касающиеся организационно-управленческих решений; механизм применения основных нормативно-организационных и управленческих документов; основные акты об ответственности за управленческие решения.
	Уметь: оперативно находить нужную информацию в управленческих и рекомендательных документах; анализировать и оценивать организационно-управленческие решения; принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций.
	Владеть: навыками применения организационно-управленческих решений в текущей профессиональной деятельности.
ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знать: базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов; знать основные виды финансовых институтов и финансовых инструментов, основы функционирования финансовых рынков; условия функционирования национальной экономики, понятия и факторы экономического роста.
	Уметь: анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере; использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; искать и собирать финансовую и экономическую информацию.
	Владеть: методами финансового планирования профессиональной деятельности; методами использования экономических знаний в профессиональной практике.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Б.1.18 Экономика предприятия (организации), Б.1.14 Маркетинг, Б.1.09 Макроэкономика	Не предусмотрены

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

Дисциплина	Требования
Б.1.09 Макроэкономика	Знать закономерности функционирования современной экономики на макро- уровне; Уметь выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей, Владеть навыками

	нахождения компонентов рыночной среды.
Б.1.18 Экономика предприятия (организации)	Знать методы ценообразования, Уметь использовать источники экономической, социальной, финансовой информации; Владеть методологией экономического исследования.
Б.1.14 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.

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	27	27	
Изучение литературы, подготовка к практическим занятиям и выполнение контрольно-рейтинговых мероприятий	69	69	
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	2	1	1	0
2	Процесс маркетинговых исследований. Разработка плана исследований.	1	1	0	0
3	Сбор, подготовка и анализ данных	4	1	3	0
4	Отчеты о результатах исследований	5	1	4	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	Определение проблемы, целей и видов исследования, основные этапы плана	1
2	3	Измерения и шкалирование, разработка опросника и форм представления результатов	1
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	1
1	3	Основные типы шкал. Методы и проблемы сравнительного и несравнительного шкалирования. Разработка вопросников и форм для результатов наблюдения.	1
2	3	Модели эксперимента Ограничения. Тест-маркетинг	1
2	3	Сплошное наблюдение и выборка. План выборки. Методы детерминированной и вероятностной выборки. Оценка объема.	1
3	4	Статистики дисперсионного и корреляционного анализов	1
3	4	Вариационный ряд (связанные статистики, построение). Таблицы сопряженности и совместный анализ	1
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	пункт 8 данной рабочей программы	27
Изучение литературы, подготовка к практическим занятиям и выполнение контрольно-рейтинговых мероприятий	пункт 8 данной рабочей программы	69

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
Все разделы	ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Презентация	все
Все разделы	ОПК-4 способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	Экзамен	Вопросы для подготовки к экзамену
Все разделы	ПК-11 способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	Экзамен	Вопросы для подготовки к экзамену
Все разделы	ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Экзамен	Вопросы для подготовки к экзамену
Роль первичной информации и исследований в управлении предприятием	ПК-11 способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	Письменный ответ на задание 1	1
Процесс маркетинговых исследований. Разработка плана исследований.	ОПК-4 способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	Письменный ответ на задание 2	2
Сбор, подготовка и анализ данных	ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Письменный ответ на задание 3	3

7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
Презентация	Темы для подготовки презентации выдаются в первую неделю семестра. Студент выполняет презентацию на выбранную тему и прикрепляет результата в курс дисциплины в Электронный	Отлично: Величина рейтинга обучающегося 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося 75...84 %

	<p>ЮУрГУ. 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 вовремя, в соответствии с темой сдал работу, работа раскрывает тему полностью, в презентации нет перегруженности текстом. 2 балла - студент сдал работу в соответствии с темой, работа частично раскрывает тему. 1 балл - студент сдал работу, тема слабо раскрыта. 0 баллов - студент не сдал работу/тема не соответствует содержанию/тема не раскрыта.</p>	<p>Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 0...59 %</p>
<p>Экзамен</p>	<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>
<p>Письменный ответ на задание 1</p>	<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 знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего программного материала, допускаются отдельные существенные ошибки. 0 баллов - изложение учебного материала неполное, бессистемное, что препятствует усвоению</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>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 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося 75...84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося 60...74 % 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 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</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>

	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.	
--	--	--

7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
Презентация	Темы презентаций. 1. Роль и сущность исследований рынка в управлении предприятием 2. Процесс маркетинговых исследований 3. Разработка плана исследований 4. Процедуры, используемые в ходе предварительного анализа данных 5. Дисперсионный, регрессионный и дискриминантный анализ 6. Законы статистики Уолкопа 7. Вариации отчетов о результатах исследования
Экзамен	Вопросы для подготовки к экзамену представлены во вложении ФОС_Технологии исследований конкурентных позиций предприятия_Экономика.docx; Вопросы к экзамену.docx
Письменный ответ на задание 1	Задание 1. Выберите организацию. Составьте структурную схему и опишите организационную структуру системы управления, действующую на предприятии. Опишите плюсы и минусы данной структуры.
Письменный ответ на задание 2	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.
Письменный ответ на задание 3	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.

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. Складар. — 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
Контроль самостоятельной работы	256 (2)	Проектор, интерактивная доска, ПК, подключенные к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Экзамен	264 (2)	ПК, проектор, интерактивная доска
Самостоятельная работа студента	256 (2)	Проектор, интерактивная доска, ПК, подключенные к сети интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Практические занятия и семинары	264 (2)	ПК, проектор, интерактивная доска
Лекции	265 (3)	ПК, проектор, экран