# МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» Институт экономики и управления

Кафедра: УСЭС

### Методические указания к выполнению курсовой работы

по дисциплине Основы конъюнктурного прогнозирования

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Программа «Маркетинговые технологии развития бизнеса»

Квалификация выпускника МАГИСТР

Форма обучения очно-заочная

Методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине "Основы конъюнктурного прогнозирования "

Составитель: Маратканова Ольга Евгеньевна, к.э.н., доцент

Научный редактор: Калинкина Галина Евгеньевна, д.э.н, профессор

Методические указания предназначены для руководства при выполнении курсовой работы по дисциплине "Основы конъюнктурного прогнозирования" студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент по программе «Маркетинговые технологии развития бизнеса»

Рекомендовано к изданию на заседании кафедры УСЭС протокол №75 от 25 февраля 2019г.

Зав. кафедрой, д.э.н., профессор

 $\mathcal{M}$ 

О.Д. Головина

### СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
ВВЕДЕНИЕ	
1. Теоретические основы прогнозирования	5
1.1.Методы прогнозирования и виды прогнозов	5
1.2. Конъюнктура рынка и ее особенности	11
2. Порядок и сроки представления курсовой работы	14
3. Методика выполнения курсовой работы	16
3.1. Поиск информации для характеристики общехозяйственной	
конъюнктуры и ее интерпретация.	16
3.2.Выделение товарного рынка и характеристика товара	18
3.3.Поиск информации для характеристики конъюнктуры	
товарного рынка и ее интерпретация	18
3.4.Расчет прогноза методом моделирования и статистической	
экстраполяции (по заданию преподавателя)	19
4. Требования к структуре и содержанию курсовой работы	22
5. Требования к оформлению курсовой работы	24
6. Список источников информации, рекомендуемых для	
выполнения курсовой работы	26
7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети	
«Интернет	28
8. Методические указания для обучающихся	29
9.Приложения	30
Приложение А - Образец титульного листа	30
Приложение Б - Структура отзыва на курсовую работу	32
Приложение В - Перечень рекомендуемых тем курсовых работ	34
Приложение Г- Консалтинговые и инвестиционные компании*	3:

#### Введение

В условиях конкурентного рынка преимущества получают те субъекты хозяйствования, которые постоянно отслеживают изменения внешней и внутренней среды, в которой действует предприятие, анализируют свою маркетинговую деятельность и вносят изменения, применяя современные методы анализа и прогнозирования маркетинговой и другой хозяйственной деятельности предприятия. Своевременно проведенный анализ маркетинговой ситуации и разработка обоснованных прогнозов развития предприятия позволяют наиболее полно удовлетворить потребности потребителей, соответственно повысить эффективность функционирования предприятия и получить дополнительную прибыль.

Исследования и прогнозирование конъюнктуры рынка значительно уменьшают неопределённость при принятии важных решений, что позволяет эффективно распределять экономический потенциал для достижения новых высот в бизнесе.

Курсовая работа по дисциплине «Основы конъюнктурного прогнозирования» является формой самостоятельной работы студента по закреплению навыков и углублению теоретических знаний по анализу рынка и разработке прогнозов его конъюнктуры.

Цель написания работы — формирование у будущих специалистов знаний, умений и практических навыков в области анализа и разработки прогнозов рыночной конъюнктуры.

При достижении данной цели были поставлены следующие задачи:

- закрепление понятия конъюнктуры рынка и её видов;
- изучение основных объектов конъюнктурных исследований;
- освоение задач и методов изучения конъюнктуры рынка;
- определение факторов влияющих на конъюнктуру рынка;
- анализ и прогнозирование конъюнктуры рынка.

Выполнение курсовой работы по дисциплине "Основы конъюнктурного прогнозирования " направлено на формирование следующих компетенций:

Код	Наименование результата обучения								
ПК-2	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их								
	реализацию.								
ПК-5	Владение методами экономического и стратегического анализа								
	поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.								
ПК-7	Способность представлять результаты проведенного исследования в								
	виде: научного отчета, статьи или доклада.								

### 1. Теоретические основы прогнозирования

### 1.1 Методы прогнозирования и виды прогнозов

Прогнозирование конъюнктуры рынка — завершающий этап комплексного исследования рынка, основные результаты которого фирмы используют при планировании своей деятельности.

Цель прогноза — определить тенденции изменения факторов, воздействующих на рыночную ситуацию, таких как: общехозяйственная конъюнктура, структурные изменения экономики, инвестиционная активность в потребляющих товар отраслях, научно-техническое развитие этих отраслей, изменение потребностей покупателей под влиянием научно-технического прогресса, социальных и других факторов, появление новых товарных рынков, изменение уровня цен, показателей кредитной и валютно-финансовой сфер.

При проведении конъюнктурного прогноза важно иметь в виду, что:

- невозможно получить абсолютно точный прогноз. Поэтому надо стремиться к сведению к минимуму неопределенности, которая присуща каждому прогнозу;
- необходимо разрабатывать спектр альтернативных вариантов развития рыночной конъюнктуры в зависимости от воздействия тех или иных конъюнктурообразующих факторов;
- разработка прогнозов должна производиться непрерывно и повседневно.

Определение наиболее вероятных оценок состояния рынка в будущем может осуществляться различными способами. Наиболее представительные из них следующие:

### Прогнозы рыночной конъюнктуры различаются по сроку предсказания (периоду упреждения):

- оперативные со сроком до 1 года (на декаду, месяц, квартал, полугодие);
- краткосрочные на 1 год;
- среднесрочные до 5 лет;
- долгосрочные более 5 лет.

### По типам прогнозирования различают:

- творческое видение, основанное на использовании субъективного мнения прогнозиста, его интуиции;
- поисковое прогнозирование, базирующееся на изучении тенденций развития рынка и продлении их в будущее;
- нормативное прогнозирование исходит из общих целей и стратегических ориентиров на будущий период. При данном подходе рассматриваются только рациональные варианты прогноза, то есть такие варианты, которые обеспечивают попадание в требуемое конечное состояние из текущего исходного с учетом существующих ограничений на ресурсы (в т.ч. время).

### По возможности воздействия на будущее различают:

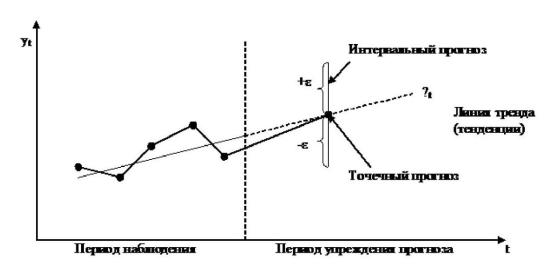
- пассивный прогноз при отсутствии воздействия на среду;
- активный прогноз- активные действия на прогнозирование будущего, реальное воздействие на внешнюю среду.

### По степени вероятности прогнозы бывают:

- вариантные, когда имеется несколько вариантов развития системы;
- инвариантные, когда прогноз предполагает только один вариант развития. Такие прогнозы часто основываются на экстраполятивном подходе, простом продолжении сложившейся тенденции.

### По способу представления прогнозы могут быть:

- точечными, которые предполагают, что данный вариант имеет единственное значение прогнозируемого показателя;
- интервальными предсказание будущего, в котором предполагается некоторый интервал, диапазон значений прогнозируемого показателя (рис.1.1.1.).



Точенный и интернальный прогнозы, где  $\epsilon$  - точность прогноза, абсолютная погрешность;  $y_t$  - прогнозируемый показатель; t - время

Рис. 1.1.1.- Точечный и интервальный прогнозы

Точность прогноза (є) зависит от надежности и полноты информации о рыночных процессах и факторах, определяющих их уровень и развитие; от степени устойчивости рынка и экономики в целом (чем менее устойчив рынок, тем менее надежен прогноз); от адекватности прогнозной модели (то есть правильности выбора вида модели, степени аппроксимации его эмпирических данных); от технической вооруженности прогноза (от типа ЭВМ, качества программного обеспечения, алгоритмов и т.п.).

Условно все существующие методы прогнозирования можно разбить на 2 большие группы, представленные на рис.1.1.2

- Фактографические (формализованные) базируются на фактически имеющейся информации об объекте прогнозирования и его прошлом. Они условно подразделяются на:
- статистические, основанные на построении и анализе динамических рядов либо на данных случайной выборки;
- аналоговые методы, направленные на выявление сходства в закономерностях развития различных систем и рыночных процессов, обычно в качестве прогноза рассматриваются благоприятные показатели рыночной ситуации в каком-либо регионе или стране.
  - Экспертные (интуитивные) методы используют мнения специалистовэкспертов и применяются тогда, когда невозможно формализовать изучаемые процессы или имеют место неопределенность развития рынка.

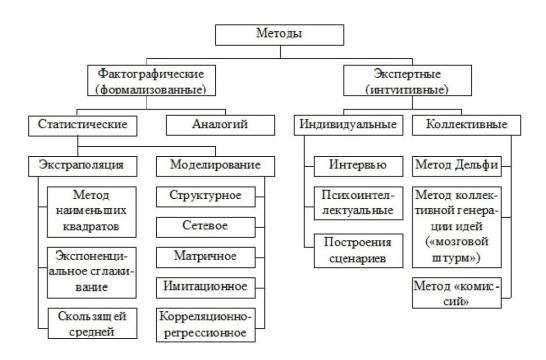


Рис.1.1.2 - Методы прогнозирования

В практике статистического исследования и прогнозирования покупательского спроса по различным видам продуктов и услуг используются различные типы моделей, наиболее соответствующие характеру и закономерностям развития данного рынка.

Метод статистической экстраполяции (метод тренда или продления динамических рядов). Он заключается в переносе явлений, имевших место на рынке в прошлом, на прогнозируемый период. Это достаточно простой метод, но он не совсем долговременный. Он может применяться лишь в тех случаях, когда есть уверенность, что в прогнозируемый период будет действовать те же факторы, что и в

предшествующий период, и характер воздействия этих факторов остается неизменным.

Метод экономико-математического моделирования — построения многофакторных моделей с использованием ЭВМ (например, метод сегментной регрессии и главных компонентов, метод многошагового регрессивного анализа и др.). Эти методы определяют функциональные зависимости, между отдельными показателями на основе имеющихся, и ряд предшествующих лет данных о конъюнктуре товарных рынков, и выражает их в виде системы уравнений.

**Графический метод.** При краткосрочном прогнозировании используется графический анализ, иногда называемый чартизмом (от англ. chart – график). Он позволяет оценивать динамику отдельных экономических показателей для выявления схожих моментов в их поведении, с тем, чтобы определить характер и изменение в бедующем.

Этот метод применяется в основном при прогнозировании котировок на товарных и фондовых биржах. Приверженцы этого метода исходят из того, что изучение графиков биржевых цен может обеспечить достаточно достоверный прогноз, поскольку в цене аккумулированы проявление всех остальных конъюнктурообразующих факторов.

Это метод прогнозирования приемлем при оценке конъюнктуры таких рынков, как рынки нефти, цветных металлов, продовольственного сырья.

### Экспертные (интуитивные) методы прогнозирования.

В случае чрезвычайной сложности системы (объекта прогнозирования), его новизны, неопределенности формирования некоторых существенных признаков, недостаточной полноты информации и невозможности полной математической формализации процесса решения поставленной задачи приходится обращаться к рекомендациям компетентных специалистов и прекрасно знающим проблему экспертам. Их решение задачи, аргументация, подход, формирование количественных оценок результатов, обработка последних формальными методами получили название метода экспертных оценок.

Этот метод включает три составляющие:

- интуитивно-логический анализ задачи или ее фрагмента;
- решение и выдачу количественной или качественной характеристики (оценка, результат решения);
- обработку результатов решения полученных от экспертов оценок.

Интуитивно-логический анализ строится на логическом мышлении и интуиции экспертов и базируется на их знаниях и опыте. Это индивидуальный процесс. Каждый из экспертов не только моделирует, но и производит сравнительный анализ альтернатив решения, их количественные измерения. Часто этот процесс осуществляется в условиях недостаточности и недостоверности данных об исследуемом объекте, условиях, в которых он функционирует и будет развиваться. Это обусловливает уровень требований, предъявляемых к экспертам.

Экспертные оценки делятся на индивидуальные и коллективные.

К индивидуальным относят сценарии, метод «интервью», аналитические докладные записки.

*«Интервью»* предполагает беседу организатора прогнозной деятельности с прогнозистом — экспертом, которая включает вопросы о будущем состоянии системы и ее среды.

*Метод аналитических докладных записок* означает самостоятельную работу эксперта над анализом деловой ситуации и возможных путей ее развития.

Коллективные экспертные оценки (метод «комиссий», метод «мозгового штурма», метод Дельфи и др.) включают:

- подготовку и сбор индивидуальных экспертных оценок;
- статистические методы обработки полученных материалов.

*Memod «комиссий»* может означать организацию «круглого стола» и других подобных мероприятий, где происходит согласование мнений экспертов.

Для метода *«мозгового штурма (атаки)»* характерна коллективная генерация идей и творческое решение проблем. Мозговая атака представляет собой свободный, неструктурированный процесс генерирования любых идей (включая самые невероятные) по избранной теме, которые спонтанно высказываются участниками встречи.

Сущность метода состоит в разделении решения двух задач:

- генерирование новых идей;
- анализ и оценка предложенных идей.

Соответственно образуются две группы: группа генераторов идей и группа аналитиков. Группа генераторов идей состоит из 4-15 человек, но может быть и больше.

При проведении экспертизы должны соблюдаться следующие правила:

- любые критические высказывания или оценки ценности предложенной мысли, идеи недопустимы;
- должно быть достаточное количество и многообразие высказанных идей;
- необходимо «свободное парение» мысли: чем необычнее идея, тем лучше;
- мысли, идеи должны подхватываться, развиваться, комбинироваться, результатом должна быть лавина идей.

В завершение «мозгового штурма» производится тщательный анализ, критика высказанных точек зрения и отбор наиболее ценных из них. Первоначально отбрасываются предположения, явно не представляющие ценности, оставшиеся классифицируют на группы по категориям, зависящим от сущности проблемы, а затем производят оценку как внутри группы, так и межгрупповую.

Отделение этапа анализа от этапа генерирования идей лишь способствует углубленно анализа, усилению критики и делает ее более объективной и разносторонней.

Метод «мозгового штурма (атаки)» целесообразно использовать в критических ситуациях дефицита творческих решений, новых идей, свежих концепций, в качестве одного из этапов системы поиска путей решения поставленной проблемы.

*Метод Дельфи* был разработан известным экспертом из исследовательской корпорации «РЭНД» Олафом Хельмером.

Суть метода - проведение анкетных опросов специалистов в выбранной области знаний. Основными особенностями этого метода являются:

- полный отказ от личных контактов экспертов и коллективных обсуждений;
- многоуровневая процедура опроса экспертов;
- обеспечение экспертов информацией, включая и обмен информацией между ними после каждого тура опроса, при сохранении анонимности оценок, аргументации и критики;
- обоснование ответов экспертов по запросу организаторов.

Обычно после первого тура опроса наблюдается значительный разброс мнений. Поэтому процедура осуществления метода Дельфи предполагает проведение 3-4 опросов, в преддверии которых каждого из экспертов знакомят с итогами предыдущих туров для того, чтобы эксперт мог получить предварительную информацию о предмете опроса.

Чаще всего после третьего или четвертого тура опроса ответы экспертов перестают изменяться, что и является сигналом к прекращению опросов.

Организация экспертизы по методу Дельфи включает следующие этапы:

- предварительную ориентировку экспертов, включающую формулирование проблемы и инструктаж экспертов;
- формулирование вопросов экспертам в виде, требующем четких количественных и качественных оценок;
- разработку способов и порядка информационного обеспечения экспертов, включая обмен аргументацией;
- разработку алгоритмов и порядка промежуточной и окончательной обработки результатов.

Метод Дельфи обладает определенными недостатками: большими затратами времени на многотуровую экспертизу, полным исключением прямого столкновения мнений экспертов, необходимостью неоднократного пересмотра оценок.

Отмеченные недостатки могут быть устранены путем создания автоматизированной системы сбора и обработки мнений экспертов и их информационного обеспечения на основе ЭВМ, а также использованием различных модификаций метода Дельфи.

Особое место среди экспертных оценок занимает построение сценариев, так как помимо традиционной экспертизы этот метод включает целый ряд параметрических подходов и тяготеет к комбинированным методам.

Впервые термин «сценарий» был употреблен футурологом X. Каном в 1960 г. при разработке картин будущего, необходимых для решения военных стратегических вопросов.

*Сценарий* – это описание (гипотетическая картина) будущего, составленное с учетом наиболее правдоподобных предположений.

Сценарии разрабатываются для определения рамок будущего развития технологии, рыночных сегментов, стран, регионов, отдельных коммерческих

предприятий и фирм и т.д. Экономические организации со сложной структурой и разноплановой деятельностью в меньшей степени поддаются прогнозированию в рамках сценария.

Для прогнозируемой ситуации характерно существование определенного количества вероятных вариантов развития системы. Поэтому прогноз включает в себя несколько сценариев ("трубку сценариев"). В большинстве случаев это три сценария: оптимистический, пессимистический и средний – реалистичный (наиболее вероятный).

При построении сценариев принято отвечать на три основных вопроса:

- Каковы тенденции развития системы в различных условиях, и какими факторами они определяются?
- С какими проблемными ситуациями и «узкими» местами может встретиться развитие системы в будущем и как это повлияет на прогнозирование состояния системы?
- Какие управленческие решения и в какой степени влияют на траекторию будущего развития прогнозируемой системы, каковы последствия различных альтернатив рассматриваемого решения?

Конкретная формулировка поставленных вопросов определяет целевую установку исследования.

Построение сценариев развития системы как конечного результата прогнозирования предполагает проведение расчетов по всем базовым сценариям на системе математических моделей. Цель расчетов – проверка содержательных базовых сценариев на допустимость и реализуемость, уточнение исходных фоновых переменных и суммарных параметров, а также количественно-качественный анализ сценариев.

При ранжировании объектов эксперты часто расходятся во мнениях по решаемой проблеме, в связи с чем, возникает необходимость количественной оценки согласия экспертов. Наиболее часто используют две меры согласованности мнений - дисперсионный и энтропийный коэффициенты конкордации.

### 1.2 Конъюнктура рынка и ее особенности

**Конъюнктура** (от латинского «соединяю, связываю») - экономическая ситуация, сложившаяся на рынке на данный момент или ограниченный отрезок времени. Понятие рыночной ситуации включает в себя следующие элементы:

- 1. степень сбалансированности рынка;
- 2. сформировавшиеся, наметившиеся или изменившиеся тенденции его развития;
- 3. уровень устойчивости или колеблемости его основных параметров;
- 4. масштабы рыночных операций и степень деловой активности;
- 5. уровень коммерческого риска;
- 6. силу и размах конкурен6ции;
- 7. положение рынка в определенной точке экономического или сезонного цикла.

Рыночный механизм по своей сути стремится к равновесию, однако этот процесс имеет случайный, стохастический характер, под воздействием множества противоречивых факторов, что обуславливает наличие постоянных колебаний и отклонений.

Конъюнктура — это сложное, быстроизменяющееся явление, она складывается из множества единичных элементов и действий. В соответствии с принятыми в отечественной экономической науке двумя объектами конъюнктурных исследований, различают две самостоятельные части анализа конъюнктуры:

- 1. Общехозяйственную конъюнктуру;
- 2. Конъюнктуру товарных рынков.

Конъюнктура любого товарного рынка всегда будет характеризоваться как специфичными, только ей присущими особенностями, так и свойствами общехозяйственной конъюнктуры. Оба вида конъюнктуры имеют общие черты:

- вариабельность
- шикличность
- динамичность

Многие факторы, действующие на конъюнктуру, имеют циклический характер. Под их воздействием идут ее циклические колебания, которые выражаются в чередовании и повторяемости этапов: кризис – депрессия – оживление – подъем.

Русский ученый Кондратьев систематизировал циклические колебания, которые испытывает любой рынок, и выделил 3 вида:

1. Большие циклы (длинные волны конъюнктуры), продолжительность цикла около 50 лет. **♦** 

В основе колебаний лежит жизненный цикл крупных технологических систем.

- 2. Среднесрочные (промышленные) циклы продолжительность около 4,3 года.
- 3. Короткие циклы связаны с жизненным циклом отдельных товаров, проявляется в нарушении между спросом и предложением. Их продолжительность от 1 года до 3,5 лет и меньше. Сезонные циклы еще меньше.

Выявить эти циклы можно с помощью статистики, используя **показателииндикаторы** 

- Динамика ВНП соответствует динамике экономического цикла, то есть в период кризиса ВНП падает, в период оживления возрастает
- Индекс промышленного производства данные о выпуске продукции в абсолютных единицах измерения, мощностей, производительность, занятость, безработица.

Эти показатели называются показателями промышленного производства и всех их можно использовать при анализе. Индекс физического объема отражает состояние всей промышленности или отдельных отраслей. Он не испытывает влияние цен, поэтому приводить к сопоставимому виду не надо, он полностью отражает, таким

моментом является превышение показателя отмечается в высшей точке предкризисного периода.

кризис	депрессия	Оживление	подъем

- Загрузка производственных мощностей. Динамика этого показателя соответствует динамике цикла.
- Производительность труда выработка на одного занятого, выработка чел/час. На фазе кризиса она падает или увеличивается темпами близкими к 0. На фазе оживления растет максимально быстро, на фазе подъема темпы роста относительно ниже предыдущей фазы. В ряде случаев к концу подъема темпы роста могут быть отрицательными
- Занятость и безработица в период кризиса занятость снижается, безработица увеличивается, во время подъема и оживления занятость возрастает, безработица уменьшается.
- Строительство является чутким показателем конъюнктуры, циклические колебания испытывают и жилищное и промышленное строительство, ближе всего к динамике цикла стоит промышленное строительство. Своеобразие цикличности строительства в том, что на фазе подъема темпы его развития замедляются по сравнению с темпами, характерными для фазы оживления. Именно этот момент является поворотным в соответствии спроса на рынке, по этому статистические данные о завершенном и незавершенном строительстве очень важны для анализа конъюнктуры. Чем выше уровень завершенного строительства, тем ближе точка перелома конъюнктуры в сторону превышения предприятия над спросом.

кризис	депрессия	Оживление	подъем

- •Транспортные грузовые перевозки колеблются параллельно динамике цикла. Пассажирские не колеблются, они не берутся.
- •Внутренняя торговля колеблется параллельно ходу цикла. Внутренняя торговля, как совокупность оптовой и розничной колеблется параллельно циклу. Здесь большое значение имеет разница в показателях торговли товарами длительного пользования и кратковременного пользования.

Общие закономерности такие: более резкое сокращение товаров, длительного пользования в условиях кризисов, объем продаж продуктов питания и товаров краткосрочного периода увеличится.

Прогнозы *общехозяйственной* конъюнктуры требуют большого числа показателей, причем часть их характеризует мировой рынок, статистика по которому не доступна студентам. Поэтому в учебных работах (в том числе и в ВКР) используются готовые прогнозы ведущих ученых и экономистов.

Для характеристики конъюнктуры и стадии рынка Удмуртской Республики в качестве показателя-индикатора используется динамика ВРП (валового регионального продукта) УР.

Прогнозы конъюнктуры товарного рынка могут быть выполнены, только после того как будет выделен этот товарный рынок (отграничен по товару, региону и времени). Здесь для прогнозирования могут быть использованы результаты маркетингового исследования и вторичная информация и применяются различные методы прогнозирования.

**2.Порядок и сроки представления курсовой работы** *Таблица 2.1-.* Этапы выполнения курсовой работы

Наименование этапов	Срок
	выполнения
1. Получение задания. Изучение методических указаний	
и литературы.	1-2 неделя
2. Поиск информации для характеристики	
общехозяйственной конъюнктуры и ее интерпретация.	3-4 неделя
3. Выделение товарного рынка и характеристика товара	5-6 неделя
4.Поиск информации для характеристики конъюнктуры	
товарного рынка и ее интерпретация.	7-9 неделя
5. Расчет прогноза методом моделирования и	
статистической экстраполяции (по заданию	10-12 неделя
преподавателя)	
6. Оформление работы, ее проверка преподавателем и	13-15 неделя
защита	

Перечень рекомендуемых тем курсовых работ представлен в приложении В.

К выполнению курсовой работы следует подходить творчески. Качество работы оценивается, прежде всего, по тому, насколько самостоятельно, правильно и полно студентом раскрыто содержание темы, описаны, проанализированы и решены проблемные ситуации, а также по результатам публичной ее защиты.

Курсовая работа выполняется в сроки, установленные учебным планом, и представляется на проверку на кафедру не позднее 10 дней до дня защиты. В результате проверки преподаватель кафедры дает общую оценку работы по трем вариантам:

- «к защите» (если нет замечаний преподавателя);
- «к защите после доработки» (в этом случае преподаватель указывает замечания по курсовой работе, а студент в соответствии с замечаниями вносит незначительные исправления и допускается к защите работы);
- «на доработку» (в этом случае студент согласно замечаниям преподавателя основательно дорабатывает свой вариант и сдает курсовую работу на повторную проверку на кафедру).

Публичная защита курсовой работы осуществляется в присутствии комиссии (из числа ППС кафедры, включая руководителя) и студентов группы. Она предполагает краткое изложение студентом содержания работы (доклад), а также ответы на возникшие у присутствующих вопросы по сути курсовой работы (дискуссия).

Результат защиты курсовой работы оценивается оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» на основании:

- представленной к защите работы,
- доклада студента,
- отзыва руководителя (структура отзыва представлена в приложении Б),
- дискуссии.

Оценку «отлично» получают те работы, в которых содержатся элементы научного творчества, делаются самостоятельные выводы, даются аргументированная критика и самостоятельный анализ фактического материала на основе глубоких знаний экономической литературы по данной теме, полностью отсутствуют грамматические и стилистические ошибки.

Оценка «хорошо» ставится тогда, когда в работе полно и всесторонне освещаются вопросы темы, но нет должной степени творчества.

Оценку «удовлетворительно» студент получает в случае, когда не может ответить на замечания рецензента, не в состоянии дать объяснения выводам и теоретическим положениям данной работы.

Работы, оцененные по результатам защиты на «неудовлетворительно», рекомендуются к повторной защите после дополнительного осмысливания вопросов и проблем, затронутых в курсовой работе.

Лучшие курсовые работы могут быть рекомендованы на конкурс студенческих научных работ, использованы для выступления на студенческих научных конференциях, а также в качестве рефератов на семинарских занятиях.

### 3. Методика выполнения курсовой работы

# 3.1. Поиск информации для характеристики общехозяйственной конъюнктуры и ее интерпретация.

Прогнозы *общехозяйственной* конъюнктуры требуют большого числа показателей, причем часть их характеризует мировой рынок, статистика по которому не доступна студентам. Поэтому в учебных работах (в том числе и в ВКР) используются готовые прогнозы ведущих ученых и экономистов.

Студент должен провести такой поиск и выполнить следующие виды работ:

- 1. Определить в какой точке промышленного цикла находится конъюнктура Российского рынка и рынка УР как хозяйства.
- 2. Выявить основные тенденции общехозяйственной конъюнктуры на рассматриваемый период.

В ходе выполнения курсовой работы студент должен для анализа общехозяйственной конъюнктуры:

- 1) Подобрать соответствующие показатели по  $P\Phi$  и YP из вторичной информации;
- 2) Провести их соответствующую обработку (приведение в сопоставимый вид по фактору цен, если требуется);
- 3) Построить соответствующие графики;
- 4) Дать заключение о стадии промышленного цикла, в которой находится хозяйство  $P\Phi$  и VP.

Кроме того, для выявления основных тенденций общехозяйственной конъюнктуры, студент должен провести поиск в литературных источниках (журналах, газетах, книгах и иных публикациях) статей и материалов аналитического и прогнозного характера по развитию экономики в рассматриваемый период. По результатам этого анализа студент должен дать обзор основных тенденций и направлений развития общехозяйственной конъюнктуры (см. приложение Г) не забывая, что конъюнктурный анализ всегда включает в себя 2 этапа:

- 1. Осуществление оценки основных показателей конъюнктуры
- 2. Интерпретация (толкование) значения этих показателей.

### 3.2.Выделение товарного рынка и характеристика товара

Выделение товарного рынка производится студентом по товару, региону и времени, в течение которого будет действовать прогноз.

Пример: Рынок строительных материалов г. Ижевска в период с 2020 по 2023 год.

Для этого, прежде всего, необходимо дать характеристику самого товара:

- а) описать его и его свойства (в соответствие с заданием руководителя ВКР);
- б) построить многоуровневую модель товара, в которой четко определить названия характеристик (свойств) продукта и их расположение по уровням модели;

### Многоуровневая модель товара.

Концепция товара как совокупности свойств является одной из ключевых концепций, формирующих идеологию маркетинга. Она развивается в работах Т. Левита, Б.Бермана, Дж. Эванса, Ф. Котлера, Д.Джоббера. Широко используется эта концепция и в работах российских маркетологов. В соответствии с ней товар рассматривается как совокупность определённых свойств. Для разных товаров эти свойства различны, но их полная совокупность целиком определяет рассматриваемый товар. Формальное выражение эта концепция нашла в виде двух моделей:

- многоуровневой интегральной модели товара, которая рассматривает товар как многослойную иерархию его характеристик (свойств);
- мультиатрибутивной (многопараметрической) модели товара, которая рассматривает товар как совокупность атрибутов отражающих субъективный взгляд конкретного покупателя.

Взаимосвязь свойств и атрибутов, формирующих товар, была показана в работе А.М.Немчина и Д.М.Минаева. В соответствии с этой трактовкой, предлагается следующее различие между свойствами и атрибутами:

а) Товар, с одной стороны, рассматривается как *набор определенных свойств* (S) регламентированных ГОСТами, соответствующей практикой и особенностями торговых и технологических процессов, полная совокупность этих свойств целиком определяет формат объекта. Это объективный взгляд, не зависящий от точки зрения конкретного индивидуума (рис.1);

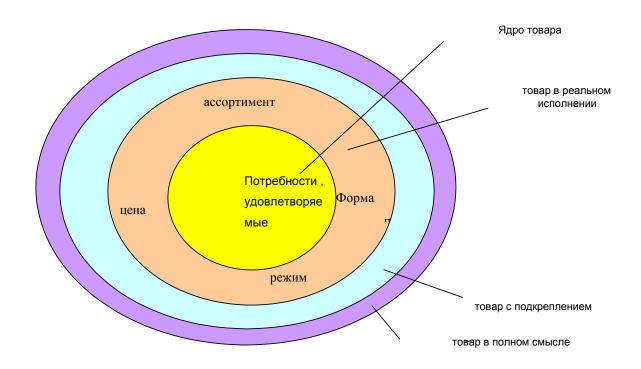


Рис.3.2.1. - Многоуровневая интегральная модель товара «розничная торговля»

б) С другой стороны, товар представляется как *набор атрибутов* (*A*), т.е. взгляд на товар или услугу со стороны покупателя. Полная совокупность атрибутов также целиком определяет объект, но уже отражая субъективный взгляд покупателя. Взаимосвязь свойств и атрибутов представлена схемой на рисунке 1.

Каждый товар может быть представлен в виде мультиатрибутивной модели содержащей свойства присущие данному товару и атрибуты — отражение этих свойств в сознании потребителя в системе его оценок.

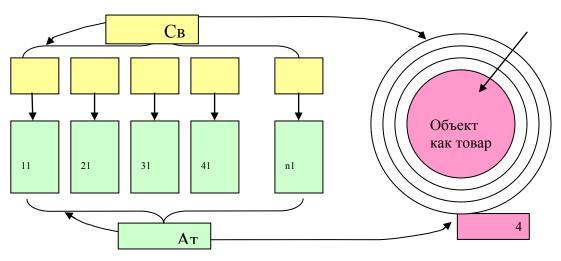


Рис.3.2.2. – Взаимосвязь элементов многоуровневой мультиатрибутивной моделей товара

Различие между свойствами и атрибутами следующее:

И

- свойства или характеристики товара это объективные параметры, не зависящие от точки зрения конкретного потребителя (например: материал, размер, цвет);
- атрибуты же, представляют собой отражение вышеуказанных свойств в сознании потребителя (например: комфортность, экономичность, удобство, быстрота).

Значение этих двух моделей в том, что, представив любой товар предварительно как совокупность свойств (многоуровневая интегральная модель), а затем, трансформировав эти свойства в атрибуты (мультиатрибутивная модель) можно получить инструмент диагностирования, контроля и прогнозирования этого товара.

### 3.3.Поиск информации для характеристики конъюнктуры товарного рынка и ее интерпретация

Этот вид анализа выполняется на материалах следующих исследований:

- на обзорных материалах журналов, статей, данных сети «Интернет» по развитию и прогнозам рассматриваемого товарного рынка;

В процессе анализа должны быть даны ответы на следующие вопросы:

Каков вектор развития рынка в рассматриваемом периоде (развитие, свертывание, стагнация)?

Какие факторы будут играть решающую роль в развитии рынка в рассматриваемый период?

Каковы числовые параметры динамики рынка в будущем рассматриваемом периоде (% роста спроса, предложения, мощностей)?

Какие изменения ожидаются в конструкции и технологии товара, в формах и связях предприятий, в предпочтениях потребителей?

Ответы на эти вопросы должны быть доказаны ссылками на источники и результатами опросов.

Этот раздел может быть дополнен тестированием некоторых показателей конъюнктуры товарного рынка методом тенденциальных опросов.

### 3.4. Расчет прогноза методом моделирования и статистической экстраполяции (по заданию преподавателя)

Тенденция – экономическое и статистическое понятие, характеризующее закономерность изменения его основных параметров во времени. Она должна отражать следующее:

- вектор развития (направление);
- скорость изменения.

Используются статистические показатели (темпы роста, тренды, товарооборот).

Задачей этого раздела является выявление направления развития основных показателей в динамике. Такими показателями являются, прежде всего, спрос,

предложение и цены. Если имеются данные по указанным показателям в динамике за прошлые годы и прогноз, анализ может быть проведен как анализ связей (см. выше). Для определения вектора и скорости развития процессов строятся динамические ряды соответствующих числовых показателей, а затем исчисляются темпы роста или прироста. На основе динамических рядов строятся либо графические изображения процессов, либо трендовые модели. В этом случае можно определить не только вектор движения показателя, но скорость развития процесса и его характер. Для построения трендовых моделей используются уравнения, подбираемые по минимуму остаточной дисперсии.

В ВКР для построения трендов и прогнозов может быть использована реальная информация, полученная в результате исследования, либо как вторичная информация предприятия. В курсовой же работе такие построения и анализ выполняются студентом по заданным преподавателем вариантам исходных данных

# Варианты данных для Задания №4(1). Метод экономико-математического моделирования.

По 20 предприятиям региона (см. таблицу 3.5.1) изучается зависимость посещения супермаркета одним человеком y (тыс. руб.) от ввода в действие нового оборудования  $X_I$  (% от стоимости оборудования на конец года) и от удельного веса работников супермаркета высокой квалификации в общей численности работников  $X_2$  (%) ( $p_1$  – число букв в полном имени,  $p_2$  – число букв в фамилии).

Таблица 3.5.1. - зависимость посещения супермаркета одним человеком от ввода в действие нового оборудования и от удельного веса работников супермаркета высокой квалификации в общей численности работников

improru zzronom nzamiripimazim z como							Pacc
Номер предприятия	у	$x_1$	<i>x</i> <sub>2</sub>	Номер предприятия	у	$x_1$	<i>x</i> <sub>2</sub>
1	7,0	$3,6+0,1p_1$	11,0	11	9,0	6,0+0,1p <sub>2</sub>	21,0
2	7,0	3,7	13,0	12	11,0	6,4	22,0
3	7,0	3,9	15,0	13	9,0	6,9	22,0
4	7,0	4,0	17,0	14	11,0	7,2	25,0
5	7,0	$3,8+0,1p_1$	18,0	15	12,0	$8,0-0,1p_2$	28,0
6	7,0	4,8	19,0	16	12,0	8,2	29,0
7	8,0	5,3	19,0	17	12,0	8,1	30,0
8	8,0	5,4	20,0	18	12,0	8,6	31,0
9	8,0	$5,6-0,1p_1$	20,0	19	14,0	9,6	32,0
10	10,0	6,8	21,0	20	14,0	9,0+0,1p <sub>2</sub>	36,0

#### Задание

- 1. Построить линейную модель множественной регрессии. Записать уравнение множественной регрессии.
- **2.** Найти коэффициенты парной, частной и множественной корреляции, проанализировать их.

- 3. Найти среднюю ошибку аппроксимации.
- **3**. Найти коэффициенты эластичности, β коэффициенты, детерминации. Сделать экономический анализ.
- **4**. Составить уравнение линейной парной регрессии, оставив лишь один значащий фактор (методом отбора факторов с использованием парных коэффициентов корреляции).
- **5**.Сделать анализ уравнения линейной парной регрессии и выполнить прогноз выработки продукции  $y_i^*$  при прогнозном значении x ocmaeueecocf фактора, составляющем 107% от среднего уровня.
- **6.** Оценить точность прогноза, рассчитав ошибку прогноза и его доверительные интервалы.

# Варианты данных для Задания №4(2) Метод статистической экстраполяции

Из таблицы 3.5.2., по заданному преподавателем варианту, выберите исходные данные и занесите их в таблицу своей работы для проведения дальнейших расчетов.

Таблица 3.5.2. – Ежедневный оборот магазина «Ткани для дома»

	144 5.0.	<u> </u>	жодпе	DIIDIII					и для	дота	,	
Bap.		Уровни ряда										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	1	2,4	1,6	2,2	4,1	5	3,5	4,5	4,5	6,5	7	7,6
2	3	4,1	6	6,5	5	6	7,4	7	7,6	8	7	7,6
3	6	5	5,3	4,6	3,5	6,4	7,5	8,8	9,1	8,9	8,3	9,7
4	7,5	6,5	7	8,5	7,7	8	8,8	8,2	9,6	10,3	10,7	9,9
5	8,1	7,2	9,3	7,4	9,9	10,5	8.8	10	11,3	12	11,2	10,7
6	9	10	11,6	12	10,9	12,6	11,7	13	12,5	14	13,5	14,5
7	4,5	3,6	2	3,4	2,2	1,9	2,8	2,1	2,6	1,2	1,5	0,5
8	3,8	4,2	5,2	4,7	3,7	3,1	4,1	5,3	2,7	2,2	2,9	2,5
9	6,6	7,2	6,1	5,7	4,9	5,2	5,6	4,8	5	4,3	4,2	3,7
10	8,3	8,9	7,9	7	8,2	8,5	7,4	6,8	7,7	6,3	5,8	6,7
11	9,7	10,4	11	10	9,3	8,8	9,7	8,8	7,3	8,3	7,9	7,6
12	11,2	12,3	10,9	10,4	11,1	10,5	10,1	10,6	9,7	10,4	9,5	9
13	13,1	13,7	12,6	11,9	12,5	11,4	12	11,5	11	11,9	12	11,1
14	2,9	4	5,6	6,5	7,5	6,4	7,7	8,1	7,3	8,6	7,4	9,3
15	4,1	5,2	5,7	7,9	8	7,4	8,6	6,9	8,3	7,4	6,8	9
16	5,5	7,1	8,4	7,6	9,7	8,3	9,7	8,8	10,5	9	10,3	9,5
17	7	8,3	7,5	9,2	8,4	10,1	9	10,5	9,2	9,7	10,2	11,5
18	8,1	9	8,5	10,4	11	12,2	11,5	11,7	12,4	11,6	12	13,1
19	11	10,8	10,7	10,5	11,7	12,2	12,5	12,1	13	13,7	13	14
20	3,5	4,1	5,7	6,4	6,2	5,6	4,9	4	4	5	7,1	7,7

- 1. Постройте график по исходным данным, осуществите его визуальный анализ и сделайте вывод о наличии или отсутствии в ряде тенденции (тренда и дисперсии). Вывод запишите в своей работе. Например: "На основе визуального анализа с высокой (относительно высокой, средней и т.п.) степенью вероятности можно сделать вывод: во временном ряде имеет место (или отсутствует) тенденция (тренда, дисперсии)" Одновременно в выводе отметьте предполагаемый тип тренда: линейный или нелинейный.
- 2. Осуществите сглаживание исходных данных методом скользящей средней с шагом сглаживания, равным 3. Если сглаженный ряд все же будет иметь значительную колеблемость, то процедуру сглаживания можно повторить. Постройте график сглаженного ряда на рисунке, на котором находится график исходного временного ряда. Осуществите визуальный анализ сглаженного ряда и сделайте вывод о наличии или отсутствии в нем тенденции (тренда и дисперсии).

Полученный вывод запишите в работе. Например: "На основе визуального анализа сглаженного временного ряда с высокой (относительно высокой, средней и т.п.) степенью вероятности можно сделать вывод: во временном ряде имеет место (или отсутствует) тенденция (тренда, дисперсии)" Одновременно в выводе отметить предполагаемый тип тренда: линейный или нелинейный.

- **3.** Оцените наличие тенденции в виде тренда и дисперсии в исходном временном ряде с помощью метода Фостера—Стюарта. Полученный вывод запишите в работе.
- **4.** На основе полученных раннее оценок о наличии в исходном временном ряде тенденции в виде тренда и дисперсии сделайте общий вывод и запишите его в работе.
- **5.** Рассчитайте параметры линейного тренда  $\hat{y}_t = a_0 + a_1 t$  с помощью метода наименьших квадратов (МНК). Постройте графики по исходным данным временного ряда и рассчитанного линейного тренда на одном рисунке. Визуально оцените соответствие линейного тренда тренду, который может иметь место во временном ряде, учтя при этом выводы сделанные ранее о типе тренда во временном ряде.
- **6.**Рассчитайте точечную и интервальную прогнозную оценку с периодом упреждения, равным  $\tau$ =1.

### 4. Требования к структуре и содержанию курсовой работы

Курсовая работа носит практический характер и должна включать:

- 1. Титульный лист,
- 2. Список сокращений,
- 3. Содержание,
- 4. Введение,
- 5. Основную часть,
- 6. Заключение,

- 7. Список использованной литературы,
- 8. Приложения.

**Титульный лист** (содержит следующие реквизиты: название учебного заведения; тему работы; фамилию, имя, отчество автора; курс, специальность; фамилию, инициалы руководителя курсовой работы (проекта); преподаваемую дисциплину, междисциплинарный курс профессионального модуля; место и год выполнения работы); Образец титульного листа приведен в приложении А.

Список сокращений (оформляется в алфавитном порядке);

**Лист** «**Содержание**» должен отражать наименование всех имеющихся в работе глав, параграфов с указанием номеров страниц, с которых начинаются выделяемые структурные части работы.

**Введение.** Во введении (объем 1,5-2 страницы) должна быть показана актуальность выбранной темы, определены объект исследования — предприятие, организация, учреждение; предмет исследования; цель и задачи курсовой работы; методы исследования.

Основная часть состоит из трех глав.

**1** глава. Теоретические аспекты и положения, позволяющие достаточно полно раскрыть содержание темы курсовой работы.

**2 глава.** Представляет собой анализ хозяйственной деятельности предприятия (если работа выполняется по материалам предприятия) либо анализ развития рынка во времени (если работа выполняется на материалах развития региона или товарного рынка).

Описать и проанализировать те элементы внешнего окружения, которые предприятием не контролируются, но оказывают достаточное влияние или могут повлиять на маркетинговый комплекс: политические, юридические, законодательные, экономические, научно-технические, демографические, экологические, культурные, социальные.

Далее во второй части второй главы следует выполнить конкурентный анализ отрасли предприятия либо товарного (регионального) рынка (описать конкретную среду: тип и интенсивность конкуренции в отрасли; прямых, товарных, косвенных, неявных конкурентов предприятия).

Выявить и описать конкурентные преимущества и их виды для исследуемого предприятия и его конкурентов (либо в целом на рынке). Выявить основные тенденции и проблемы отрасли.

Проанализировать выделенное направление в рамках выбранной темы курсовой работы, подготовить необходимую информационную базу для разработки прогноза.

**3 глава.** Представляет собой собственную разработку студента, который на основе изученного теоретического материала и сформированной базы практических данных выполняет обоснованный необходимыми расчетами и логическими

выводами прогноз развития рынка для предприятия (либо регионального/товарного рынка) на ближайшую перспективу в пределах 3-5 лет. **В данной работе дается задание** (см. приложения Г,Д). Также студент разрабатывает программу действий для изучаемого предприятия (либо формирует общий структурный план действий для предприятий отрасли на региональном/товарном рынке) в рамках выработанного прогноза.

**Заключение.** Представляет собой резюме в целом по курсовой работе, здесь приводятся наиболее важные выводы и полученные результаты.

**Список использованной литературы.** Включает в себя теоретические источники информации, различные источники, содержащие базы данных (независимо от их носителя), материалы периодической печати и среды Интернет.

В списке используемой литературы, в соответствии с требованиями по его оформлению, приводится основная литература, использованная при написании курсовой работы. Перечень наименований должен содержать не менее 20 источников.

**В приложения** к курсовой работе целесообразно включать применяемые на предприятии (в организации, учреждении) формы документов, табличные материалы объемом более одной страницы, диаграммы и другие иллюстративные материалы. Объем курсовой работы должен быть не менее 40-50 страниц печатного текста.

### 5. Требования к оформлению курсовой работы

К защите представляется курсовая работа, оформленная в соответствии с общепринятыми требованиями, предъявляемыми к контрольным, курсовым, дипломным и научным работам.

Объем курсовой работы должен быть не менее 30 и не более 50 страниц компьютерного набора с использованием текстового редактора MS Word, включая иллюстрации, таблицы, список использованных источников. Работа может содержать приложения. При написании работы студент обязан делать ссылки на автора и источник, откуда заимствованы материалы или выводы.

Рекомендуется:

- формат бумаги А4;
- текст печатается на одной стороне отдельных стандартных листов бумаги **шрифтом** «Times New Roman» размером 14 пт через 1,5 интервала;
  - размеры полей: левого 30 мм, правого 10 мм, верхнего и нижнего 20 мм;
- нумерация страниц сквозная от титульного до последнего листа. Номер страницы ставят внизу страницы по середине строки и никаким образом не выделяют. Страницы, занятые таблицами и иллюстрациями, включают в сквозную нумерацию. На титульном листе, который является первой страницей, номер страницы не ставится. На второй странице размещается «Содержание», где отражены наименования разделов (глав, параграфов) с указанием страниц, с которых они начинаются;

- разделы нумеруют арабскими цифрами в пределах всей работы. Наименования разделов должны быть краткими и выделяться на фоне текста в виде заголовка (пишутся прописными буквами на середине строки и выделяются полужирным шрифтом). Каждый раздел основного текста начинается с новой страницы. Заголовки подразделов пишутся строчными буквами и также выделяются полужирным шрифтом. Переносы слов в заголовке не допускаются, в конце заголовков точку не ставят;
  - отступ абзаца (красная строка) равен 1,27 см (5 букв);
- цифровой материал необходимо оформить в виде **таблиц**. Каждая таблица должна иметь номер (над правым верхним углом, например, «Таблица 2.1») и тематическое название (на следующей строке по центру). Под таблицей необходимо указывать источники приводимых в ней данных;
- графики, схемы, диаграммы, фотографии, рисунки и эскизы именуют **рисунками** и нумеруют в пределах раздела (например, «Рисунок 1.2»). Под рисунком по центру строки обязательно помещают порядковый номер и название, раскрывающее его смысл;
- формулы выделяются из текста свободной строкой и располагаются на ее середине сразу после ссылки в тексте. Формулы, на которые есть ссылки в тексте, должны нумероваться. Порядковые номера формул обозначаются арабскими цифрами и состоят, как правило, из номера раздела и порядкового номера формулы внутри раздела. Номер формулы проставляется в круглых скобках справа от формулы. Например, (1.3). Смысл и значение всех входящих в формулы элементов должны быть расшифрованы либо в предшествующем тексте, либо в экспликации (пояснение условных обозначений), которая должна приводиться непосредственно под формулой и начинаться со слова «где», без двоеточия после него. Пояснение каждого условного обозначения или коэффициента начинается с новой строки с указанием единицы измерения;
  - в работе допускаются только общепринятые сокращения слов;
- приложения оформляют как продолжение работы. В приложениях помещают документы или их копии, расчеты, чертежи, технологические карты и другие разъяснительные материалы, которые нецелесообразно помещать в основное содержание исследования. Приложения нумеруют арабскими цифрами, слова «Приложение» и его порядковый номер располагаются в правой части строки. Ниже помещают название приложения, которое оформляют, как и заглавие раздела, и приводят в оглавлении;
- библиографические ссылки на источники **цитат и заимствований** в основном тексте обязательны. Они помещаются в квадратные скобки. Например, запись [12, с. 156];
- в **список источников** включаются материалы, использованные при выполнении работы, в том числе и те, на которые есть ссылки в тексте, в следующем порядке:
- 1) нормативные правовые акты (располагаются в зависимости от их юридической силы): в начале списка проводится официальная литература, указы

(постановления, распоряжения) различных международных организаций, указы Президента РФ, федеральные законы, постановления правительства РФ, инструктивная и методическая литература, постановления центральных и местных органов власти;

- 2) монографии и учебники: библиографическое описание публикаций, монографий, учебников в строгом лексикографическом порядке фамилий и инициалов автора;
- 3) статьи периодической печати (нумеруются в соответствии с первой и последующими буквами их названий);
  - 4) интернет-ресурсы;
  - 5) зарубежная литература на языке оригинала.

Источники располагаются в алфавитном порядке по фамилии автора, работы одного автора помещают по хронологии от более раннего к более позднему.

Составляя список использованной литературы, студент должен руководствоваться библиографическим описанием литературного источника, который обычно расположен на второй странице издания— обороте титульного листа.

Библиографическое описание литературного источника должно включать следующие элементы:

- фамилия(и) и инициалы автора(ов);
- название источника без кавычек;
- общее обозначение материала, которое приводят сразу после заглавия в квадратных скобках: [текст] или [электронный ресурс];
- сведения об ответственности. Содержат информацию о лицах и организациях, участвовавших в создании интеллектуального, художественного или иного содержания источника. Сведения об ответственности записывают в той форме, в какой они указаны в самом издании. Первым сведениям об ответственности предшествует знак косая черта «/»;
- место издания;
- имя (наименование) издателя, которое отделяют двоеточием от места издания;
- год издания, отделяют запятой от наименования издателя;
- объем документа. Для отдельных книг общий объём, для статьи из периодического издания страницы, на которых помещена соответствующая статья, которые указывают после знака тире «—»;

**Титульный лист** оформляется по установленной единой форме (см. приложение А). На титульном листе указываются: министерство, наименование вуза, факультета, кафедры, дисциплины, работы, тема работы, фамилия, имя, отчество студента, факультет, форма обучения, курс, направление, номер группы, номер зачетной книжки, дата и место выполнения.

Все листы курсовой работы должны быть сброшюрованы либо переплетены иным способом, исключающим их произвольное выпадение.

6. Список источников информации, рекомендуемых для выполнения курсовой работы

### Основная литература

- 1. Игрунова, О.М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг [Электронный ресурс] : учебное издание / О.М. Игрунова. 2-е изд., стер. Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. Ч. 1. 102 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).
- 2. Котляревская И.В. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.В. Котляревская. Электрон. текстовые данные. Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2015. 244 с. 978-5-7996-1313-6. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/68479.html

### Дополнительная литература

- 1. Бобрешова И.П. Конъюнктура регионального рынка труда. Вестник Оренбургского государственного университета 2015г. №8. [Электронный ресурс], https://e.lanbook.com/. Дата обращения 08.06.2017г.
- 2. Долгов Алексей Семèнович, Щеколдин Владислав Юрьевич Анализ конъюнктуры рынка образовательных услуг на региональном уровне. Сервис в России и за рубежом 2017г. №4. [Электронный ресурс], https://e.lanbook.com/. Дата об-ращения 15.06.2017г.
- 3. Жариков В.В., Теплякова М.С., Истомин М.А., Кузнецов Д.О. Исследование взаимосвязей жизненного цикла товаров (услуг) и конъюнктуры рынка. Вест-ник Тамбовского государственного технического университета 2008г. №1. [Электронный ресурс], https://e.lanbook.com/. Дата обращения 08.06.2017г.
- 4. Игнатенко А.С. Рынок недвижимости [Электронный ресурс] : специфичность потребительских характеристик / А.С. Игнатенко, Т.Н. Михайлова. Элек-трон. текстовые данные. М. : Дело, 2016. 44 с. 978-5-7749-1115-8. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/51083.html
- 5. Киселева Е.Н. Рынок продовольственных товаров [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Н. Киселева, О.В. Власова, Е.Б. Коннова. Электрон. текстовые данные. М. : Вузовский учебник, 2009. 134 с. 978-5-9558-0105-6. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/935.html
- 6. Костылев А.В. Математическое моделирование конъюнктуры рынка жилой недвижимости Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки 2012г. №6. [Электронный ресурс], https://e.lanbook.com/reader/journalArticle/234734/#1ю Дата обращения 08.06.2017г.

7.Пленкина, Вера Владимировна. Исследование рыночной конъюнктуры : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080301 "Коммерция (торговое дело)" / В. В. Пленкина, И. В. Андронова, Р. Х. Хамидулин ; Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. профессионального образования "Тюменский гос. нефтегазовый ун-т". - Тюмень : Тюменский гос. нефтегазовый ун-т, 2009. - 130 с. : ил., табл.; 21 см.; ISBN 978-5-9961-0065-

- 8. Савельева И.П., Цало И.М. Влияние конъюнктуры мировых рынков на развитие внутренних процессов РФ на национальном и региональном уровне. Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент 2014г. №2. [Электронный ресурс], https://e.lanbook.com/. Дата обращения 08.06.2017г.
- 9. Турков А.В., Гурский К.Э., Гурский Р.Э. Текущая стадия конъюнктуры инвестиционного рынка России. Финансовая аналитика: проблемы и решения -
- 2011г. №13. [Электронный ресурс], https://e.lanbook.com/. Дата обращения 15.06.2017г.
- 10. Щетинина Е. Д., Панченко С. О., Сухорукова Л. И. Формирование корпоративных стратегий и новые факторы конъюнктуры рынка. Белгородский экономический вестник 2012г. №4. [Электронный ресурс], https://e.lanbook.com/. Дата обращения 15.06.2017г.

### Периодические издания:

«Российское предпринимательство», «Современная торговля», «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг», «ЭКО», «Региональная экономика: теория и практи-ка», «Вопросы экономики», «Финансы и кредит», «Менеджмент в России и за рубежом», «Стандарты и качество», «Современная конкуренция», «Национальные интересы = National interests: приоритеты и безопасность».

## 7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет

### Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- Операционные системы Windows Vista, Windows Professional 7, Windows Professional 8.
- -Интернет-браузеры Mozilla Firefox, Google Chrome, Opera (крайние версии) и др.
  - Программа просмотра файлов формата Djview (крайняя версия).
  - Программа просмотра файлов формата .pdf Acrobat Reader (крайняя версия).
- Пакет программ семейства MS Office: Office Professional Plus (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access).
  - Дистанционные информационные справочные системы и ЭБС:
  - ЭБС «Юрайт»: http://www.biblio-online.ru/
  - ЭБС «Руконт»: http://www.rucont.ru/
  - Ресурс Цифровые учебные материалы http://abc.vvsu.ru/
- Компьютерный зал библиотеки предоставляет доступ к электронным ресурсам: современным профессиональным базам данных, информационным справочным системам, ЭБС
  - Pecypc APM АБИС «Дельфин»

СПС «КонсультантПлюс» http://www.consultant.ru/

- СПС «Кодекс» http://www.kodeks.ru/ Pecypc Цифровые учебные материалы http://abc.vvsu.ru/ и др.

### Электронно-библиотечные системы (ЭБС)

- Электронно-библиотечная система Издательства «ЛАНЬ» http://e.lanbook.com/.
  - Электронно-библиотечная система IPRbooks http://www.iprbookshop.ru.
  - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU http://elibrary.ru/.
  - Электронно-библиотечная система Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» http://rucont.ru/
  - БД «Scopus»: https://www.scopus.com/
- Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»: http://www.ecsocman.edu.ru/
  - -Национальная библиотека Удмуртской Республики: http://unatlib.org.ru/
  - -Научная библиотека УдГУ: http://lib.udsu.ru/

Электронно-библиотечные системы (ЭБС) УдГУ располагают следующими материалами по дисциплине:

-Петров П.К. Математико-статистическая обработка и графическое представление результатов педагогических исследований с использованием информационных технологий: учеб. пособие, Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2013. 179 с. ISBN 978-5-4312-0176-9

### 8. Методические указания для обучающихся

- 1. Девяткин, Е.А. Конкурентный анализ [Электронный ресурс] : учебнометодический комплекс / Е.А. Девяткин. Москва : Евразийский открытый институт, 2008. 244 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).
- 2. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, кон-трольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех специальностей и направлений ИФЭМ / Калинингр. гос. техн. ун-т, Ин-т финансов, экономики и менеджмента; сост.: А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. 2-е изд., [испр.], доп. Калининград: КГТУ, 2017. 22 с.

### Приложение А

### Образец титульного листа

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» Институт экономики и управления

Кафедра: УСЭ

### КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине

" Основы конъюнктурного прогнозирования "
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Программа «Маркетинговые технологии развития бизнеса»
Квалификация выпускника
МАГИСТР
Форма обучения

очно-заочная

на тему «		
		И.О. Фанулия
Выполнил студент гр. Руководитель		И.О. Фамилия И.О. Фамилия
Допущен к защите	« <u> </u> »	20 г.
	Ижевск, 201	9г

### Структура отзыва на курсовую работу ОТЗЫВ

### На курсовую работу

студента	группы
тема	

№	Показатели	баллы	Макс. кол-во баллов
	Оценка работы по формал	ьным критериям	и содержанию
1	Соблюдение сроков сдачи работы по этапам написания.		5
2	Внешний вид работы и правильность ее оформления.		5
3	Соответствие содержания разделов их названию.		5
4	Соответствие объема курсовой работы заявленным требованиям.		7
5	Наличие правильно оформленного плана, в том числе:		5
6	Правильность оформления списка использованных источников.		5
7	Знание новой литературы.		5
8	Наглядность и качество иллюстрированного материала, в том числе, использование возможностей информационных технологий при создании иллюстраций.		7
	Актуальность и значение темы д		
	разработанности проблемы в теор	етических и практиче	
1	Самостоятельность и творческое отношение автора к разработанной теме		8
2	Проведение анализа, выявление тенденций в развитии изучаемых процессов:  А-Ясность, точность,		10

	последовательность и обоснованность		
	изложения		
	Б - Наличие и правильность		
	экономического анализа		
3	Выявление недостатков и		10
	отражение положительных сторон,		
	отклонений в системе организации и		
	планирования на том уровне		
	управления, который рассматривается		
	в курсовой работе.		
4	Наличие рекомендаций по		10
	совершенствованию данной системы		
	или отдельных ее составляющих:		
	А - Изложение собственной		
	аргументированной позиции.		
	Б - Наличие выводов и		
	рекомендаций о возможности		
	применения полученных результатов		
	Оценка работы	по результатам защиты	
1	Соблюдение регламента		3
	выступлений (7 мин.);		
2	Изложение целей, задач, методов		5
	исследования, результатов		
	исследования и выводов;		
3	Использование в ходе выступления		5
	схем, таблиц, графиков, видео и		
	мультимедийных презентаций.		
4	Наглядность и качество		5
	иллюстрированного материала, в том		
	числе, использование возможностей		
	информационных технологий при		
	создании иллюстраций.		
	Итого		100
1			

### КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ:

100-90 баллов - «ОТЛИЧНО»

89-80 баллов - «ХОРОШО»

79-70 баллов – «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»

Менее 69 балов - «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»

Примечание: Студентам, получившим оценку «неудовлетворительно» по курсовой работе (проекту), предоставляется право выбора новой темы курсовой работы (проекта) или, по решению преподавателя, доработать прежнюю тему и определяется новый срок для ее выполнения.

Вопросы, заданные автору курсовой работы во время защиты:	
Окончательная оценка за курсовую работу после	
Руководитель:	

### Приложение В

### Перечень рекомендуемых тем курсовых работ:

- **1.** Формирование элементов прогнозирования рынка фитнес услуг на период с 20.. по 20.. гг.
- **2.** Формирование элементов прогнозирования рынка хлебобулочной продукции на период с 20.. по 20.. гг.
- **3.** Формирование элементов прогнозирования рынка тканей для штор на период с 20..по 20.. гг.
- **4.** Формирование элементов прогнозирования рынка кофе на период с 20.. по 20.. гг.
- **5.** Формирование элементов прогнозирования рынка спортивных услуг на период с 20.. по 20.. гг.
- **6.** Формирование элементов прогнозирования рынка аудиторских услуг на период с 20.. по 20.. гг.
- 7. Формирование элементов прогнозирования рынка жилищно-коммунальных услуг на период с 20.. по 20.. гг.
- **8.** Формирование элементов прогнозирования рынка мяса на период с 20.. по 20.. гг.
- **9.** Формирование элементов прогнозирования рынка обуви на период с 20.. по 20.. гг.
- **10.** Формирование элементов прогнозирования рынка чая на период с 20.. по 20.. гг.
- 11. Формирование элементов прогнозирования рынка сотовых телефонов на период с 20.. по 20.. гг.
- **12.** Формирование элементов прогнозирования рынка бытовой техники на период с 20.. по 20.. гг.
- **13.** Формирование элементов прогнозирования рынка компьютерной техники на период с 20.. по 20.. гг.
- **14.** Формирование элементов прогнозирования рынка программного обеспечения на период с 20.. по 20.. гг.
- **15.** Формирование элементов прогнозирования рынка детского питания на период с 20.. по 20.. гг.

Таблица 9.1 - Консалтинговые и инвестиционные компании\*

Краткое описание ресурсов	Ссылки
Частные компании (аудиторские, инвестиционные и др.)	
Экономическая экспертная группа Небольшая компания, которая специализируется на независимом анализе макроэкономических данных. Компания довольно известна и уважаема среди правительственных и частных компаний. ЭЭГ была создана в 1994 году с целью оказания аналитической поддержки Департаменту макроэкономической политики Министерства финансов Российской Федерации. С этого момента по настоящее время ЭЭГ постоянно работает в тесном, повседневном контакте с Министерством финансов и Министерством экономического развития и торговли. На сайте представлены большое количество	http://www.eeg.ru
материалов по макроэкономике.	
Текущие макроэкономические показатели.	http://www.eeg.ru/keyind.html
Прогноз показателей	http://www.eeg.ru/forecast.html
Архив данных. Некоторые данные с 1996 года. Можно загружать как в doc формате, так и в pdf. Вверху можно выбрать нужные параметры	http://www.eeg.ru/review.html
Часть публикаций компании.	http://www.eeg.ru/publications_a.
Финнам Финам небольшая, но известная инвестиционная компании. Также она имеет сильную	www.finam.ru

аналитическую группу.	
Новости и аналитические материалы по российской экономике	http://research.finam.ru
В этом разделе можно выбрать различные данные за довольно большой период по нескольким странам, с различным интервалом времени	http://www.finam.ru/analysis/mac roevent/default.asp
ФБК Одна из крупнейших аудиторских компаний России. В самой компании неплохой аналитический отдел, который готовит обзоры некоторых отраслей использую не только данные ФСГС, но и данные других агентств и свои расчеты.	www.fbk.ru http://www.fbk.ru/live/research.asp

Информационные агентства	
Интерфакс На данный момент крупнейшее информационное агентство России. Напрямую не принадлежит, но контролируется государством. Довольно много рейтингов и материалов по экономике и макроэкономике, но нет полноценного архива.	www.interfax.ru http://analytics.interfax.ru
Прайм-Тасс Старейшее информационное агентство по экономике в России, ранее входило в состав ТАСС, сейчас независимое.	www.prime-tass.ru
Ссылка слева на раздел макроэкономика. Для получения данных необходимо выбрать параметры и заполнить (поставить галочки) все разделы: страна, разделы (можно выбрать большое количество данных), периодичность период. Есть возможность экспорта	http://e3.prime-tass.ru/macro/
В этом разделе (официальные	http://www.prime-
документы) даны некоторые	tass.ru/documents/index.asp

государственные документы: программы и бюджеты.	
РосБизнесКонсалтинг (РБК) РБК ведущее экономическое информационное агентство России. На сайте есть несколько разделов с макроэкономическими данными.	http://www.rbc.ru
В этом разделе представлены данные ФСГС РФ по месяцам. Данные представлены с 1997 года	http://www.rbc.ru/gks/index1.html
Отдельный ресурс по экономике в РБК имеет название Quote. Здесь есть данные по финансовым инструментам, акциям, товарным рынкам и эмитентам.	www.quote.ru
В этом разделе представлены данные по финансовым и фондовым рынкам, отчеты инвестиционных компаний. Также есть ссылка на раздел по макроэкономике.	http://www.quote.ru/research/
В этом разделе представлены данные по макроэкономике, есть архив. К сожалению, раздел находиться в стадии переработки, позже, после перехода в новый дизайн будут доступны все данные.	http://www.rbc.ru/macro.shtml
Государственные органы и министерства	
ФСГС РФ (бывший Госкомстат) На сайте есть несколько разделов, где представлены данные по экономике России.	www.gks.ru
Данный раздел является входом в банк данных. В нем есть ссылки на методологические пояснения.	http://www.gks.ru/bd-1.asp

В этом разделе представлена текущая ситуация в экономике, информация о социально-	http://www.gks.ru/bgd/free/b04_00/Main.htm
---	--

экономическом положении России — 2004 год (ссылка Информация о социально-экономическом положении России).	
В этом разделе представлен архив данных. Но архив, к сожалению неполный, есть не все данные.	http://www.gks.ru/bd_fa.asp
Министерство экономического развития и торговли РФ На сайте есть раздел «Мониторинг», именно в нем представлены материалы по экономике России. К сожалению, МэрТ заменил сайт и многие данные стали с нового сайта недоступны, поэтому нужно ходить через старый сайт.	http://www.economy.gov.ru/wps/portal
Ссылка на раздел «Мониторинг» старого сайта: Мониторинг предоставлен в архивных файлах, которые необходимо скачать. В документах этого раздела (Word, Excel) если скачать документы, можно открыть таблицы и там будут ряды данных за несколько лет. В обзорах есть как текущие данные, так и прогнозы. Эти данные могут существенно отличаться от данных ФСГС, поэтому в работе обычно используются данные обоих ведомств.	http://www.economy.gov.ru/MertRuntim eWeb/CommandsServlet?categoryId=82 &action=ChangeView&mode=monitorin g&
Министерство Финансов	http://www.minfin.ru/home.htm
В этом разделе представлены некоторые данные по текущей экономике России.	http://www.minfin.ru/macrorus/macrorus.htm
Центр анализа Данных ГУ-ВШЭ На этом портале представлена информация по основным экономическим показателям России. База довольно полная, но обновляется не регулярно.	http://stat.hse.ru
Международные организации	

Всемирный банк Ведущая мировая финансовая организация. На сайте банка есть данные по мировой экономике и по экономике отдельных стран.	www.worldbank.org
В этом разделе представлены исследования по мировой экономике. Исследования довольно подробные и глубокие.	http://econ.worldbank.org
На этих страницах придавлены отчеты банка по отдельным странам (в том иле по России). В отчетах отражены основные данные по экономике стран и даны некоторые прогнозы. Для получения данных подробных данных необходимо зарегистрироваться, некоторые профессии регистрируются бесплатно.	http://worldbank.org/data/http://worldbank.org/data/wdi2004/index.htm http://worldbank.org/data/onlinedatabases/onlinedatabases.html

I .	
МВФ Международный валютный фонд На сайте представлен ряд разделов, где дана информация и анализ экономической политики ряда стран, в том числе и России.	http://www.imf.org/
Всемирная торговая организация. Организация, объединяющая большинство стран для ведения совместной свободной торговли. На русской версии сайта в разделах Документы, аналитика и статистика дан ряд документов ВТО на русском языке.	www.wto.org www.wto.ru
На этой странице есть вход на несколько разделов, где представлена различная эко номическая информация, как по мировой торговли, так и по отдельный странам.	http://www.wto.org/english/res_e/res_e.htm
Большой объём информации можно найти по следующим адресам:	http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm

http://www.wto.org/english/res_e/reser_
e/reser_e.htm

\*Представленные были получены выше ссылки сайта компании «РосБизнесКонсалтинг»(http://research.rbc.ru). На данном сайте можно найти полную версию документа «Основные источники информации макроэкономике, ПО аналитические, консалтинговые и инвестиционные компании» (автор Валентин Крохин), в котором представлен полный набор ссылок и пояснения к ним.