Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Московский областной филиал
Факультет экономики и менеджмента
(наименование структурного подразделения)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 4FCB192B98EB0EC3A3095E3D9F14F269
Владелец: Арсенян Арташес Завенович
Действителен: с 29.11.2024 до 22.02.2026

УТВЕРЖДЕНО
Директор филиала
Арсенян А.З.

Электронная подпись

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Обеспечение экономической безопасности хозяйствующих субъектов
(наименование направления подготовки)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ, реализуемой без применения электронного (онлайн) курса

Б1.В.13 Практикум по оценке и управлению рисками
((код и наименование РПД)

Специалитет
(уровень образования)

38.05.01 Экономическая безопасность
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Очная
(форма (формы) обучения)

Год набора − 2024

Красногорск, 2023 г.

Автор – составитель:
К.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента Н. А. Рыхтикова

(ученое звание, ученая степень, должность) *(Ф.И.О.)*

Заведующий кафедрой экономики и финансов:
профессор ВАК, канд.эконом.наук, декан факультета Головецкий Н.Я.
(ученое звание, ученая степень, должность) *(Ф.И.О.)*

Рабочая программа дисциплины «Практикум по оценке и управлению рисками» рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики и финансов
(наименование структурного подразделения)
протокол от «30» августа 2023 г. № 01.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2.	Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3.	Содержание и структура дисциплины	6
4.	Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся	8
5.	Оценочные материалы промежуточной аттестации	23
6.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	35
7.	Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	38
	7.1 Основная литература	38
	7.2 Дополнительная литература	38
	7.3 Нормативные правовые документы	39
	7.4 Интернет-ресурсы	40
	7.5 Иные источники	40
8.	Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	40

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.13 Практикум по оценке и управлению рисками обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс-1	Способность разрабатывать и внедрять интегрированные системы управления рисками	ПКс-1.1	Способен разрабатывать структуру интегрированной системы управления рисками и организовывать реализацию бизнес-процессов по её внедрению в деятельность экономических субъектов
ПКс-2	Способность осуществлять эксплуатацию и поддержание устойчивого функционирования интегрированной системы управления рисками	ПКс-2.1	Способен осуществлять эксплуатацию и процедуры, направленные на обеспечение устойчивого функционирования интегрированной системы управления рисками организации
ПКс-3	Способность разрабатывать стандарты организации и нормативные документы в сфере обеспечения функционирования и координации процесса управления рисками	ПКс-3.1	Способность разрабатывать стандарты организации и нормативные документы в сфере обеспечения функционирования и координации процесса управления рисками

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ ***(при наличии профстандарта)*****/ профессиональные действия**	**Код компетенции**	**Результаты обучения**
Построение интегрированной системы управления рисками	ПКс-1 ПКс-2 ПКс-3	**на уровне знаний:** осуществление процедуры сбора экономических данных для составления разделов контрольно-ревизионной, аудиторской, страховой отчетности, отчетности в области управления рисками **на уровне умений:** подбора методов оценки экономических данных для составления разделов контрольно-ревизионной, аудиторской, страховой отчетности, отчетности в области управления рисками **на уровне навыков:** проведения расчета экономических показателей в области контрольноревизионной, страховой, оценочной

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 а.ч. (2 з.е.)

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся:

- очная форма обучения: практические занятия - 32 а.ч., самостоятельная работа - 36 а. ч., зачет

Дисциплина «Практикум по оценке и управлению рисками» (Б1.В.13) относится к обязательной части и в соответствии с учебным планом осваивается в семестре 9 на 5-м курсе очной формы обучения.

Дисциплина является экономико-управленческой дисциплиной. Ее изучение должно способствовать повышению уровня управленческой подготовки будущих специалистов, выработке самостоятельного экономического мышления, умения грамотно и оперативно принимать управленческие решения. Данная дисциплина реализуется после изучения следующих дисциплин: «Государственное регулирование экономики», «Правовое обеспечение экономической безопасности», «Экономика организации», «Аудит», «Экономическая безопасность».

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом - зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма								
Тема 1	Конъюнктура рынка: сущность, основные индикаторы, методология оценки рисков и особенности управления ими	11			5		6	КР, О
Тема 2	Риск снижения рыночного спроса на продукцию организации: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления	11			5		6	КР, О
Тема 3	Риск негативного изменения емкости рынка: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления	12			6		6	КР, О, Т
Тема 4	Риск ухудшения конкурентной среды: ключевые факторы, методы оценки и специфика	11			5		6	КР, О
Тема 5	Риск снижения конкурентоспособности организации: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления	12			6		6	КР, О
Тема 6.	Риск снижения конкурентоспособности товара: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления	11			5		6	КР, О, Т
Промежуточная аттестация		4				4		Зачет
Всего:		**72**			**32**	**4**	**36**	

Примечание: 1 - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР).

Содержание и структура дисциплины

Тема 1. Конъюнктура рынка: сущность, основные индикаторы, методология оценки рисков и особенности управления ими

Сущность, виды и характерные черты конъюнктуры**.** Процесс изучения конъюнктуры рынка. Классификация конъюнктурообразующих факторов.

Показатели исследования общехозяйственной конъюнктуры. Этапы процесса анализа конъюнктуры рынка. Система показателей, применяемых для анализа конъюнктуры рынка. Варианты оценки рыночной ситуации.

Тема 2. Риск снижения рыночного спроса на продукцию организации: ключевые

факторы, методы оценки и специфика управления

Понятие рыночного спроса и рыночного потенциала. Показатели для анализа конъюнктуры товарного рынка. Прогноз конъюнктуры товарного рынка. Понятие емкости рынка.

Тема 3. Риск негативного изменения емкости рынка: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления

Классификация методов определения емкости рынка и их недостатки: на основе структурных характеристик; по нормам потребления и расходования; на основе объёмов продаж; оценка по номенклатуре, цене, рекламе; оценка по предыдущему периоду.

Прогнозирование емкости рынка: походы, модели, методы и их характеристика.

Тема 4. Риск ухудшения конкурентной среды: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления

Понятие и виды конкуренции. Анализ структуры конкурентной среды товарного рынка. Основные методы и этапы анализа товарного рынка.

Факторы и признаки их проявления на рынке отрасли: ситуация в отрасли; влияние потенциальных конкурентов; влияние поставщиков; влияние покупателей; влияние товаров-заменителей.

Анализ конкурентов и оценка конкурентной позиции. Направления методов конкурентной борьбы.

Типология рынков по уровню конкуренции.

Тема 5. Риск снижения конкурентоспособности организации: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления

Основные характеристики конкурентов. Выявление сильных и слабых сторон в деятельности конкурентов.

Матрица формирования конкурентной карты. Комплексная оценка конкурентной позиции и его рыночной стратегии.

Оценка конкурентоспособности фирмы. Качественный и количественный анализ конкурентных возможностей. Понятие потенциала организации.

Тема 6. Риск снижения конкурентоспособности организации: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления

Понятие конкурентоспособности товара и факторы ее определяющие. Критерии конкурентоспособности. Уровень и формирование конкурентоспособности продукции. Факторы и параметры, формирующие конкурентоспособность товара: рыночные; сбытовые и сервисные; психологические. Принципы и классификация методов оценки конкурентоспособности товара. Матрица оценки конкурентоспособности товара.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

В ходе реализации дисциплины Практикум по оценке и управлению рисками используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости

Тема 1. Конъюнктура рынка: сущность, основные индикаторы, методология оценки рисков и особенности управления ими	Контрольная работа, опрос
Тема 2. Риск снижения рыночного спроса на продукцию организации: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления	Контрольная работа, опрос
Тема 3. Риск негативного изменения емкости рынка: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления	Контрольная работа, опрос, тестирование
Тема 4. Риск ухудшения конкурентной среды: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления	Контрольная работа, опрос
Тема 5. Риск снижения конкурентоспособности организации: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления	Контрольная работа, опрос
Тема 6. Риск снижения конкурентоспособности товара: ключевые факторы, методы оценки и специфика	Контрольная работа, опрос, тестирование

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): компьютерное тестирование.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Вопросы для опроса на занятиях.

Тема 1. Конъюнктура рынка: сущность, основные индикаторы, методология оценки рисков и особенности управления ими

1. Типы тестовых рынков.
2. Генезис подходов к исследованию экономической конъюнктуры рынка.
3. Направления анализа конъюнктуры рынка.
4. Показатели, характеризующие спрос.
5. Показатели, характеризующие предложение.
6. Показатели, отражающие масштаб рынка.
7. Уровень коммерческого риска.
8. Цикличность и колеблемость рынка.

Тема 2. Риск снижения рыночного спроса на продукцию организации: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления

1. Виды рыночного спроса и его определение.
2. Система показателей исследования рынка.
3. Основные подходы в исследовании рынков.

Тема 3. Риск негативного изменения емкости рынка: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления

1. Основной рынок: понятие и показатели его определяющие.
2. Целевой рынок: понятие и показатели его определяющие.
3. Реальный рынок: понятие и показатели его определяющие.
4. Потенциальный рынок: понятие и показатели его определяющие.

Тема 4. Риск ухудшения конкурентной среды: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления

1. Исследование конкурентной среды потребительского рынка.
2. Негативные последствия конкуренции.
3. Положительные последствия конкуренции.
4. Сущность и методы ценовой и неценовой конкуренции.
5. Варианты ценовой конкуренции.

Тема 5. Риск снижения конкурентоспособности организации: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления

1. Оценка конкурентных возможностей производственной фирмы по методу Нильсена.
2. Сущность критерия «Использование потенциала работников».
3. Сущность критерия «Управление технологическими процессами и процессами выполнения работ».
4. Сущность критерия «Рациональное использование ресурсов».
5. Балльная оценка конкурентоспособности по модели «Премии Правительства Российской Федерации в области качества»

Тема 6. Риск снижения конкурентоспособности товара: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления

1. Единичный критерий конкурентоспособности.
2. Обобщенный критерий конкурентоспособности.
3. Интегральный показатель качества продукции.
4. Уровень конкурентоспособности продукции.
5. Оценка сбытовых фактов по методике А.С. Нильсена.
6. Параметры, характеризующие важнейшие потребительские функции товара и его свойства.

Тема 1. Конъюнктура рынка: сущность, основные индикаторы, методология оценки рисков и особенности управления ими

Практическое занятие 1: Изучение конъюнктуры рынка. Анализ рыночного спроса и его оценка. (1 час)

Практическое занятие 2: Методы расчета емкости рынка. Прогнозирование емкости рынка. (1 час)

Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка.

BI сегменте:

Объем продаж ($Q_{nP}^{1C/ПГ}$) в прошлом периоде - 8 млн. шт.

Емкость рынка ($E_P^{1C/ПГ}$) в прошлом периоде - 24 млн. шт.

Предполагается, что в настоящем году:

Емкость рынка ($E_P^{1C/НГ}$) увеличится на 2%,

Доля фирмы ($Д_Ф^{1C/НГ}$) увеличится на 5%.

Во II сегменте:

Объем продаж ($Q_{nP}^{2C/nr}$) в прошлом периоде - 5 млн. шт. Доля фирмы ($Д_Ф^{2C/ПГ}$) составляет 6%,

Предполагается, что в настоящем году:

Емкость рынка ($E_P^{2C/НГ}$) увеличится на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте.

BIII сегменте:

Емкость рынка ($E_P^{3C/ПГ}$) в прошлом периоде - 45 млн. шт.,

Доля фирмы ($Д_Ф^{3C/ПГ}$) - 18%.

Предполагается, что в настоящем году:

Изменений не предвидится.

Определить объем продаж и емкость рынка фирмы в текущем году при вышеуказанных

условиях.
Практические занятия проводятся в форме решения задач, где студенты самостоятельно выполняют исследования по заданной теме.

Самостоятельная работа 1. Подготовка к практическим занятиям (7 часов), подготовка к опросу (3 часа) (всего - 10 часов) Текущий контроль - опросы «у доски» на практических занятиях, выступления студентов.

Тема 2. Риск снижения рыночного спроса на продукцию организации: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления
Практическое занятие 1: Процесс анализа конъюнктуры рынка**.** Прогноз конъюнктуры товарного рынка. (1 час)
Практическое занятие 2: Методика оценки конъюнктуры рынка. (1 час).
Плановый отдел представил отделу маркетинга следующие данные об издержках производства продукции в точке безубыточности (см. табл.1). Сотрудники отдела маркетинга, исходя из сложившейся ситуации на рынке и реализуемых инструментов продвижения товара, рассчитывают получить целевую прибыль в размере 300000 тыс.руб.

Определить:

1. Выручку, обеспечивающую безубыточность производства продукции;
2. Объем продаж в точке безубыточности;
3. Объем продаж, обеспечивающий целевую прибыль;
4. Переменные затраты;
5. Прибыль от продаж.

Таблица 1.

Показатели	Значение
Постоянные издержки, руб.	200000
Цена единицы продукции, руб.	40
Средние переменные издержки на 1 продукции, руб.	15
Выручка, обеспечивающая безубыточность производства продукции, руб.	
Объем продаж в точке безубыточности, ед.	
Переменные затраты, руб.	
Прибыль от продаж, руб.	
Прибыль целевая, руб.	300000

Самостоятельная работа 2. Подготовка к практическим занятиям (7 часов), подготовка к опросу (3 часа) (всего - 10 часов). Текущий контроль - устный опрос готовности по теме, на практических занятиях решение задач.

Тема 3. Риск негативного изменения емкости рынка: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления
Практическое занятие 1: Определите, выгодно ли предприятию снизить цену товара на 100 руб., если текущая цена товара (Цт) - 2600 руб., планируемый объем продаж (Q^{njl}_{np}) - 1,2 млн. единиц. Показатель эластичности спроса (Кэ) - 1,5. Конкуренты также снизят цены.
Определить:

1. Процент снижения на планируемую цену товара.
2. Процент изменения планируемого объема продаж.

Самостоятельная работа 3. Подготовка к практическим занятиям (10 часа), подготовка к опросу (4 часа). (всего - 14 часов). Текущий контроль - проверка практических заданий, опросы «у доски» на практических занятиях.

Тема 4. Риск ухудшения конкурентной среды: ключевые факторы, методы оценки и

специфика управления

Практическое занятие 1: Определите емкость рынка печенья по каждой позиции и в целом за год на основании данных таблиц 1 и 2, если известно, что доля лиц в общей численности населения области, которые ни при каких обстоятельствах не могут быть потребителями товара составляет 27 %.

Таблица 1

Показатели	Население				
	Численность, млн. чел.	Доля городского населения, %	Доля сельского населения, %	Доля не потребляющих печенье, %	
				Среди городского населения	Среди сельского населения
Область	4,5	62	38	47	56

Таблица 2

Показатели	Среднесуточная норма потребления, пачек	Доля импортных товаров, %	Доля наиболее крупных рынков, %	Период времени, год
Область	1	70	82	365
Количество потребителей, млн. чел.	1,629			

Самостоятельная работа 4. Подготовка к практическим занятиям (8 часа), подготовка к тестированию (4 часа). (всего - 12 часов). Текущий контроль - тест, контрольная работа.

Тестовые задания.
Рубежный контроль №1

1. Какой из нижеперечисленных этапов управления маркетингом определяет направления по исследованию рынка и потребителей:

1) Исследования, направленные на решение задач стратегического характера +
2) Исследования, направленные на решение задач тактического характера
3) Исследования, направленные на решение задач оперативного характера

2. Какой из нижеперечисленных этапов управления маркетингом определяет направления по изучению конкурентов и фирменной структуры рынка (поставщики, посредники):

1) Исследования, направленные на решение задач стратегического характера +
2) Исследования, направленные на решение задач тактического характера
3) Исследования, направленные на решение задач оперативного характера

3. Какой из нижеперечисленных этапов управления маркетингом определяет направления по анализу факторов макросреды маркетинга и внутренней среды компании:

1) Исследования, направленные на решение задач стратегического характера +
2) Исследования, направленные на решение задач тактического характера
3) Исследования, направленные на решение задач оперативного характера

4. Какой из нижеперечисленных этапов управления маркетингом определяет направления по исследованию товара и цены:

1) Исследования, направленные на решение задач стратегического характера

2) Исследования, направленные на решение задач тактического характера +
3) Исследования, направленные на решение задач оперативного характера

5. Какой из нижеперечисленных этапов управления маркетингом определяет направления по исследованию системы маркетинговых коммуникаций:

1) Исследования, направленные на решение задач стратегического характера
2) Исследования, направленные на решение задач тактического характера +
3) Исследования, направленные на решение задач оперативного характера

6. При низких темпах роста товарных рынков в мировом масштабе необходимо изучение:

1) Потребительских привычек и предпочтений +
2) Базовых ценностей, присущих покупателям, формирующим национальные рынки
3) Рисков при выходе на рынок новых товаров
4) Стратегии глобального маркетинга с целью расширения границы своего рынка

7. При низких темпах роста товарных рынков в мировом масштабе необходимо изучение:

1) Мотивов покупки и степени удовлетворенности +
2) Базовых ценностей, присущих покупателям, формирующим национальные рынки
3) Стратегии глобального маркетинга с целью расширения границы своего рынка
4) Рисков при выходе на рынок новых товаров

8. При интернационализации рынков, связанной с открытием границ и активными миграционными процессами, маркетинговые исследования:

1) Помогают оптимально распределить ресурсы компании и снизить затраты на маркетинг
2) Снижают риски выхода на рынки с новыми товарами
3) Выявляют базовые ценности, присущие покупателях, формирующим национальные рынки +
4) Выявляют потребительские привычки и предпочтения
5) Выявляют мотивы покупки и степень удовлетворенности

9. При интернационализации рынков, связанной с открытием границ и активными миграционными процессами, маркетинговые исследования:

1) Выявляют потребительские привычки и предпочтения
2) Выявляют мотивы покупки и степень удовлетворенности
3) Позволяют реализовать стратегию глобального маркетинга и расширить границы своего рынка +
4) Снижают риски выхода на рынки с новыми товарами
5) Помогают оптимально распределить ресурсы компании и снизить затраты на маркетинг

10. При увеличении числа новых товаров (принципиальных новинок) и сокращении их жизненных циклов (ЖЦТ), маркетинговые исследования:

1) Выявляют потребительские привычки и предпочтения
2) Выявляют мотивы покупки и степень удовлетворенности
3) Позволяют реализовать стратегию глобального маркетинга и расширить границы своего рынка
4) Снижают риски выхода на рынки с новыми товарами +
5) Помогают оптимально распределить ресурсы компании и снизить затраты на маркетинг

11. При увеличении числа новых товаров (принципиальных новинок) и сокращении их жизненных циклов (ЖЦТ), маркетинговые исследования:

1) Позволяют определить наиболее важные стратегические задачи на различных стадиях ЖЦТ +
2) Выявляют потребительские привычки и предпочтения
3) Выявляют мотивы покупки и степень удовлетворенности
4) Позволяют реализовать стратегию глобального маркетинга и расширить границы своего рынка
5) Помогают оптимально распределить ресурсы компании и снизить затраты на маркетинг

12. При росте затрат компаний на маркетинг, маркетинговые исследования:

1) Позволяют определить наиболее важные стратегические задачи на различных стадиях ЖЦТ
2) Выявляют потребительские привычки и предпочтения
3) Выявляют мотивы покупки и степень удовлетворенности
4) Позволяют реализовать стратегию глобального маркетинга и расширить границы своего рынка
5) Помогают оптимально распределить ресурсы компании и снизить затраты на маркетинг +

13. При динамичности окружающей среды, маркетинговые исследования:

1) Позволяют определить наиболее важные стратегические задачи на различных стадиях ЖЦТ
2) Позволяют реализовать стратегию глобального маркетинга и расширить границы своего рынка
3) Помогают оптимально распределить ресурсы компании и снизить затраты на маркетинг
4) Позволяют выявить направление изменения рыночной ситуации +

14. При динамичности окружающей среды, маркетинговые исследования:

1) Позволяют определить возможности и угрозы внешнего окружения +
2) Позволяют определить наиболее важные стратегические задачи на различных стадиях ЖЦТ
3) Позволяют реализовать стратегию глобального маркетинга и расширить границы своего рынка
4) Помогают оптимально распределить ресурсы компании и снизить затраты на маркетинг

15. При динамичности окружающей среды, маркетинговые исследования:

1) Позволяют определить наиболее важные стратегические задачи на различных стадиях ЖЦТ
2) Позволяют реализовать стратегию глобального маркетинга и расширить границы своего рынка
3) Позволяют разработать соответствующую маркетинговую стратегию +
4) Помогают оптимально распределить ресурсы компании и снизить затраты на маркетинг

16. Какие из нижеперечисленных маркетинговых исследований предпринимаются для генерации идей и сбора информации, помогающей понять проблему, стоящую перед исследователем, или обосновать гипотезы:

1) Поисковые +

2) Описательные
3) Экспериментальные
4) Кабинетные
5) Полевые

17. Какие из нижеперечисленных маркетинговых исследований основной целью которых является описание характеристик каких-либо объектов или явлений, а также факторов, влияющих на них:

1) Поисковые
2) Описательные +
3) Экспериментальные
4) Кабинетные
5) Полевые

18. Какие из нижеперечисленных маркетинговых исследований предпринимаются для проверки и обоснования гипотезы (получение доказательств) о наличии и характере причинно-следственной связи:

1) Поисковые
2) Описательные
3) Экспериментальные +
4) Кабинетные
5) Полевые

19. Какие из нижеперечисленных маркетинговых исследований предполагают сбор и оценку вторичной маркетинговой информации, т.е. информации, содержащейся в источниках, подготовленных для каких-то иных целей:

1) Поисковые
2) Описательные
3) Экспериментальные
4) Кабинетные +
5) Полевые

20. Какие из нижеперечисленных маркетинговых исследований проводятся специально для сбора и анализа первичной информации, т.е. полученной из первоисточника и ранее никем не используемой:

1) Поисковые
2) Описательные
3) Экспериментальные
4) Кабинетные
5) Полевые +

Тема 5. Риск снижения конкурентоспособности организации: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления

Практическое занятие 1: Управляющему по сбыту потребовалась информация о распределении мирового рынка фенов для принятия решения о том, в каком количестве необходимо производить модели фенов в рамках разных ценовых сегментов. На основании данных таблицы 1:

а) определить, сколько фенов каждой модели должна производить фирма, чтобы продать в каждой из стран. Какие страны являются более предпочтительными для продажи товаров в определенном ценовом сегменте;

б) сопоставить емкость рынка по каждой модели с производственными возможностями фирмы.

Таблица 1

Географические сегменты рынка	Показатели	Уровень цен				Итого
		Низкий < 500 руб.	Средний от 500 до 700 руб.	Высокий от 700 до 900 руб.	Более высокий > 900 руб.	
Россия	Доля ценового сегмента в общем объеме продаж на	37	45	13	5	
	Число реализованных изделий, млн. шт.	3,8	2,6	0,7	0,2	
Нидерланды	Доля ценового сегмента в общем объеме продаж на географическом сегменте рынка, %	14	25	40	21	
	Число реализованных изделий, млн. шт.	1,2	2,3	5,8	3,1	
Итого	Емкость рынка по каждой моде	4,4	6,9	6	2,97	
	Производственные возможности фирмы, млн. шт.	8	6,9	6,5	3,7	

1) Определить общее число реализованных изделий по каждому географическому сегменту рынка.

2) Определить емкость рынка по каждой модели.

Самостоятельная работа 5. Подготовка к практическим занятиям (10 часа), подготовка к контрольной работе (4 часа). (всего - 14 часов). Текущий контроль - устный опрос готовности по изучаемой теме, решение задач, проверка контрольных заданий.

Тема 6. Риск снижения конкурентоспособности товара: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления

Практическое занятие 1: На основании данных Таблицы 1, полученных экспертным образом, определите конкурентоспособность электропечи «ВЕКО» по сравнению с идеальным образцом и электропечью «ГЕФЕСТ» а также правильность установления продажной цены электропечи «ВЕКО».

Сделайте вывод.

Таблица 1

Параметры товара	Коэффициент весомости	Оценка идеального образца в баллах	Балльная оценка сравниваемых товаров		Взвешенный параметрический индекс	
			ВЕКО	ГЕФЕСТ	ВЕКО	ГЕФЕСТ
Надежность	0,5	100	90	100		
Количество конфорок	0,3	100	95	90		
Дизайн	0,2	100	92	80		
Итого	1	300				
Продажная цена, руб.			2400	2500		

1) Найти итоговую балльную оценку по каждому сравниваемую товару.

2) Рассчитать соотношение итогового взвешенного параметрического индекса по каждому сравниваемому товару с идеальным образцом.

2) Рассчитать взвешенный параметрический индекс, учитывающий балльную оценку с учетом весомости по каждому параметру:

3) Рассчитать взвешенный параметрический индекс по каждому изделию в целом.

4) Рассчитать приведенный индекс, полученный на основе сравнения итогового параметрического индекса товара-конкурента и электропечи «ВЕКО».

5) Определить надбавку.

6) Найди цену электропечи «ВЕКО», при которой покупатели оказывают одинаковое предпочтение товарам вне зависимости от их цены.

Самостоятельная работа 6. Подготовка к практическим занятиям (8 часа), подготовка к тестированию (4 часа). (всего - 12 часов). Текущий контроль - опросы «у доски» на практических занятиях, решение задач, тестирование.

Тестовые задания.
Рубежный контроль №2

1. Какие из нижеперечисленных маркетинговых исследований предпринимаются для получения сведений и выявления тенденций, подтверждаемых статистически значимыми выводами, на основе которых можно принимать управленческое решение:

1) Количественные +
2) Качественные
3) Специальные
4) Постоянные
5) Синдицированные

2. Какие из нижеперечисленных маркетинговых исследований направленны на выявление качественных характеристик изучаемого объекта в виде описания действий людей и пояснения их поведения:

1) Количественные
2) Качественные +
3) Специальные
4) Постоянные
5) Синдицированные

3. Какие из нижеперечисленных маркетинговых исследований предпринимаются для решения возникшей проблемы или оценки ситуации в связи с происходящими событиями:

1) Количественные
2) Качественные
3) Специальные +
4) Постоянные
5) Синдицированные

4. Какие из нижеперечисленных маркетинговых исследований проводятся с определенной периодичностью (например, панельные исследования, осуществляемые специализированными компаниями или исследования фирм с целью оценки качества обслуживания клиентов):

1) Количественные
2) Качественные
3) Специальные

4) Постоянные +
5) Синдицированные

5. Какие из нижеперечисленных маркетинговых исследований проводятся специализированными компаниями, результаты которых предоставляются подписчикам:

1) Количественные
2) Качественные
3) Специальные
4) Постоянные
5) Синдицированные +

6. Какой из нижеперечисленных принципов проведения маркетинговых исследований означает описание, объяснение явлений и процессов на основе научно обоснованной методики, предполагающей соблюдение логической последовательности этапов и действий, использование определенной структуры и иерархии показателей:

1) Научность +
2) Обоснованность
3) Комплексность
4) Системность

7. Какой из нижеперечисленных принципов означает наличие острой необходимости проведения маркетинговых исследований, затраты на которые должны оправдываться значимостью полученной для компании информации:

1) Научность
2) Обоснованность +
3) Комплексность
4) Системность

8. Какой из нижеперечисленных принципов проведения маркетинговых исследований заключается в изучении различных аспектов и закономерностей во взаимосвязи и взаимообусловленности:

1) Научность
2) Обоснованность
3) Комплексность +
4) Системность

9. Какой из нижеперечисленных принципов проведения маркетинговых исследований представляет объект как целостную совокупность составляющих его подсистем во всем многообразии свойств внутри объекта, а также между объектом и внешней средой:

1) Научность
2) Обоснованность
3) Комплексность
4) Системность +

10. Определите этапы процесса изучения конъюнктуры рынка, исходя из их последовательности:

Анализ конъюнктуры рынка - 2
Разработка собственного прогноза конъюнктуры на ближайший планируемый период - 3
Оценка эффективности использования результатов конъюнктурного прогноза - 4
Сбор информации - 1

11. При каком из нижеперечисленном направлении анализа используется показатель

- ***эластичность предложения:***
    1) Предложение: в целом и в распределении по отдельным товарам, продавцам и регионам +
    2) Покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам
    3) Текущее состояние рынка
    4) Тенденция развития рынка
    5) Колеблемость, устойчивость рынка

12. При каком из нижеперечисленном направлении анализа используется показатель - емкость рынка средств производства, емкость рынка предметов потребления и емкость рынка услуг:

1) Предложение: в целом и в распределении по отдельным товарам, продавцам и регионам
2) Покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам +
3) Текущее состояние рынка
4) Тенденция развития рынка
5) Колеблемость, устойчивость рынка

13. При каком из нижеперечисленном направлении анализа используется показатель - товарная структура товарооборота (продажи, услуги):

1) Предложение: в целом и в распределении по отдельным товарам, продавцам и регионам
2) Покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам
3) Текущее состояние рынка +
4) Тенденция развития рынка
5) Колеблемость, устойчивость рынка

14. При каком из нижеперечисленном направлении анализа используется показатель - раздел (доля) рынка между производителями, оптовыми и розничными продавцами:

1) Предложение: в целом и в распределении по отдельным товарам, продавцам и регионам
2) Покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам
3) Текущее состояние рынка +
4) Тенденция развития рынка
5) Колеблемость, устойчивость рынка

15. При каком из нижеперечисленном направлении анализа используется показатель - соотношение спроса и предложения:

1) Предложение: в целом и в распределении по отдельным товарам, продавцам и регионам
2) Покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам
3) Текущее состояние рынка +
4) Тенденция развития рынка
5) Колеблемость, устойчивость рынка

16. При каком из нижеперечисленном направлении анализа используется показатель - структура покупателей (оптовых - по формам собственности, розничных - по социально-демографическим):

1) Предложение: в целом и в распределении по отдельным товарам, продавцам и регионам
2) Покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам
3) Текущее состояние рынка +
4) Тенденция развития рынка
5) Колеблемость, устойчивость рынка

17. При каком из нижеперечисленном направлении анализа используется показатель - темпы роста, векторы и параметры трендов продажи, цен, товарных запасов, инвестиций и прибыли:

1) Предложение: в целом и в распределении по отдельным товарам, продавцам и регионам
2) Покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам
3) Текущее состояние рынка
4) Тенденция развития рынка +
5) Колеблемость, устойчивость рынка

18. При каком из нижеперечисленном направлении анализа используется показатель - коэффициенты вариации продаж, цен и товарных запасов во времени и в пространстве (экономическом и географическом):

1) Предложение: в целом и в распределении по отдельным товарам, продавцам и регионам
2) Покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам
3) Текущее состояние рынка
4) Тенденция развития рынка
5) Колеблемость, устойчивость рынка +

19. При каком из нижеперечисленном направлении анализа используется показатель - параметры моделей сезонности и цикличности развития рынка:

1) Предложение: в целом и в распределении по отдельным товарам, продавцам и регионам
2) Покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам
3) Текущее состояние рынка
4) Тенденция развития рынка
5) Колеблемость, устойчивость рынка +

20. При каком из нижеперечисленном направлении анализа используется показатель - региональная вариация соотношения спроса и предложения и других пропорций рынка:

1) Региональные различия состояния и развития рынка +
2) Покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам
3) Текущее состояние рынка
4) Тенденция развития рынка
5) Колеблемость, устойчивость рынка

Примерные темы для написания контрольных работ

Контрольная работа состоит из двух частей: теоретической и расчетной. Выполнение теоретической части подразумевает написание студентом реферата по предложенной тематике предмета.

Список тем для выполнения теоретической части контрольной работы:

Тема 2. **Риск снижения рыночного спроса на продукцию организации: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления**

1. Типы тестовых рынков.
2. Генезис подходов к исследованию экономической конъюнктуры рынка.
3. Направления анализа конъюнктуры рынка.
4. Показатели, характеризующие спрос.
5. Показатели, характеризующие предложение.
6. Показатели, отражающие масштаб рынка.
7. Уровень коммерческого риска.
8. Цикличность и колеблемость рынка.
9. Виды рыночного спроса и его определение.
10. Система показателей исследования рынка.
11. Основные подходы в исследовании рынков.

Тема 4**. Риск ухудшения конкурентной среды: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления**

1. Основной рынок: понятие и показатели его определяющие.
2. Целевой рынок: понятие и показатели его определяющие.
3. Реальный рынок: понятие и показатели его определяющие.
4. Потенциальный рынок: понятие и показатели его определяющие.
5. Исследование конкурентной среды потребительского рынка.
6. Негативные последствия конкуренции.
7. Положительные последствия конкуренции.
8. Сущность и методы ценовой и неценовой конкуренции.
9. Варианты ценовой конкуренции.

Тема 6. **Риск снижения конкурентоспособности товара: ключевые факторы, методы оценки и специфика управления**

1. Оценка конкурентных возможностей производственной фирмы по методу Нильсена.
2. Сущность критерия «Использование потенциала работников».
3. Сущность критерия «Управление технологическими процессами и процессами выполнения работ».
4. Сущность критерия «Рациональное использование ресурсов».
5. Балльная оценка конкурентоспособности по модели «Премии Правительства Российской Федерации в области качества»
6. Единичный критерий конкурентоспособности.
7. Обобщенный критерий конкурентоспособности.
8. Интегральный показатель качества продукции.
9. Уровень конкурентоспособности продукции.
10. Оценка сбытовых фактов по методике А.С. Нильсена.
11. Параметры, характеризующие важнейшие потребительские функции товара и его свойства.

Расчетная часть состоит из задачи по оценке риска четырех инвестиционных проектов и выбору наименее рискованного из них. Решение задачи состоит из следующих этапов:

1. Оценка эффективности рассматриваемых инвестиционных проектов.
2. Анализ чувствительности каждого проекта к изменению исходных параметров.
3. Проверка устойчивости проектов.
4. Построение имитационной модели и расчет статистических показателей по каждому проекту.
5. Построение матрицы доходности и матрицы рисков.
6. Расчет вероятностных критериев оценки риска (критерии Вальда, Сэвиджа, Гурвица, Байеса, Лапласа).
7. Выбор наименее рискованного варианта инвестирования по результатам проведенных расчетов и его обоснование.

Примерные темы докладов - сообщений.

1. Исследование общехозяйственной конъюнктуры.
2. Этапы процесса анализа конъюнктуры рынка.
3. Система показателей, применяемых для анализа конъюнктуры рынка.
4. Варианты оценки рыночной ситуации.
5. Метод определения емкости рынка на основе структурных характеристик.
6. Метод определения емкости рынка по нормам потребления и расходования.
7. Метод определения емкости рынка на основе объёмов продаж.
8. Метод определения емкости рынка оценка по номенклатуре, цене, рекламе.
9. Метод определения емкости рынка оценка по предыдущему периоду.
10. Факторы и признаки их проявления на рынке отрасли: ситуация в отрасли.
11. Факторы и признаки их проявления на рынке отрасли: влияние потенциальных конкурентов.
12. Факторы и признаки их проявления на рынке отрасли: влияние поставщиков.
13. Факторы и признаки их проявления на рынке отрасли: влияние покупателей.
14. Факторы и признаки их проявления на рынке отрасли: влияние товаров-заменителей.
15. Выявление сильных и слабых сторон в деятельности конкурентов.

Примерные темы деловых игр и круглых столов.

1. Экспертные оценки риска.
2. Критерии принятия рискового решения в условиях определенности.
3. Разработка плана управления рисками предприятия.
4. Основные этапы процесса управления предпринимательскими рисками.

Примерные кейс-задания

Задание 1.

Определить цену двух новых холодильников, выпускаемых фирмой «Indezit» на основе ценностной значимости параметров продукции, данных группой покупателей при условии, что аналогичные холодильники стоят 21400 рублей. Для расчета средневзвешенной параметрической оценки каждого товара покупателям было предложено распределить 100 баллов между двумя товарами. Полученные результаты занесены в таблицу 1.

Таблица 1

Оцениваемые параметры	Коэффициент весомости	Балльная оценка товара			
		«А»		«Б»	
		Количество баллов	Балльная оценка с учетом	Количество баллов	Балльная оценка с учетом

			весомости		весомости
Надежность	0,6	50		50	
Экономичность	0,2	40		60	
Уровень заморозки	0,2	70		30	
Итого	1,0	160		140	

Задание 2.

При формировании маркетингового бюджета было принято решение об изменении суммы денежных средств, направляемых на маркетинговые мероприятия.

Определить сумму возможных затрат фирмы на маркетинг при следующих условиях:

а) прогноз емкости рынка майонеза «Ряба» - 2058 тыс.ед.;

б) прогноз доли рынка фирмы - 35 %;

в) возможная цена реализации за пакетик - 74 руб., переменные издержки на единицу составляют 34,82 руб., а сумма постоянных издержек на весь выпуск - 102,29 тыс. руб.;

г) целевая прибыль планируется на уровне 25000 тыс.руб.

Задание 3.

Фирмы «РосТорг», «Эвент», «Пролифик», «Кофе Династия», продающие аналогичный кофе в зернах по одинаковым ценам. Используя данные Таблицы 2, определить эффективность рекламных расходов, осуществляемых каждой из фирм. Сделать выводы об эффективности использования рекламных расходов, исходя из следующих требований если коэффициент эффективности рекламы значительно меньше 1, то это означает, что расходы фирм на рекламу неразумно велики. Если же он превышает 1, то рекламные расходы следует увеличить. Равенство доли рынка и доли голоса свидетельствует об эффективности затрат.

Таблица 2

Анализ расходов на рекламу и долю рынка фирм

Название фирм	Показатели			
	Расходы на рекламу, млн.руб	Доля голоса, %	Доля рынка, %	Коэффициент эффективности рекламы
«РосТорг»	1,7		8,4	
«Эвент»	2,4		48,6	
«Пролифик»	0,6		7,4	
«Кофе Династия»	3,2		35,6	
ИТОГО	7,9	100	100	

Критерии оценивания устных ответов в рамках текущего контроля

Критерии	**Баллы**
Ответ дан полностью, ответ верный, ответ дан с использованием действующих нормативных правовых актов, обучающийся точно использует экономическую терминологию, ответ изложен последовательно, ответ развёрнутый, аргументированный, сформированы умения квалифицированно толковать исходные экономические данные и полученные результаты и давать аргументированные заключения	1

Ответ дан полностью, ответ верный, ответ дан с использованием действующих нормативных правовых актов, обучающийся точно использует экономическую терминологию, но ответ содержит ошибки в расчетах, ответ односложный, сформированы умения квалифицированно толковать исходные экономические данные и полученные результаты и давать аргументированные заключения.	0,75
Ответ дан полностью, ответ верный, ответ дан с использованием действующих нормативных правовых актов, обучающийся точно использует экономическую терминологию, но ответ содержит ошибки в расчетах, ответ односложный, не достаточно сформированы умения квалифицированно толковать исходные экономические данные и полученные результаты и давать аргументированные заключения.	0,5
Ответ дан не полностью либо ответ частично верный, ответ дан с использованием действующих нормативных правовых актов, но обучающийся не совсем верно использует экономическую терминологию, ответ содержит ошибки в расчетах, ответ односложный, обучающийся испытывает трудности с выводами и дачей аргументированного заключения.	0,25
Ответ неверный либо ответ отсутствует, либо дан с использованием недействующих нормативных правовых актов, обучающийся не умеет использовать экономическую терминологию, делать необходимые расчеты и давать заключения.	0

Критерии оценивания решения ситуационных задач и кейс-заданий в рамках текущего контроля

Критерии	**Баллы**
Ответ дан верный и полный, обоснование ответа, развернутое с использованием нормативных правовых актов. Продемонстрировано хорошее знание базовой терминологии, умение оперировать теоретическими понятиями.	1
Ответ дан верный и полный, обоснование ответа со ссылкой на нормы закона. Присутствует логика изложения, однако имеются небольшие неточности и погрешности в расчетах обосновании своих выводов	0,5
Ответ дан неверный, допущены ошибки в расчетах, выводы не сделаны	0

Критерии оценивания решения тестовых заданий в рамках текущего контроля

Критерии	**Баллы**
Выполнены тестовые задания творческого уровня в полном объеме (выбраны правильные ответы)	**1**
Выполнены тестовые задания среднего уровня в полном объеме (выбраны правильные ответы)	**0,5**
Выполнены тестовые задания легкого уровня в полном объеме (выбраны правильные ответы)	**0,25**

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Код компетенции	**Наименование компетенции**	**Код этапа освоения компетенции**	**Наименование этапа освоения компетенции**

ПКс-1	Способность разрабатывать и внедрять интегрированные системы управления рисками	ПКс-1.1	Способен разрабатывать структуру интегрированной системы управления рисками и организовывать реализацию бизнес-процессов по её внедрению в деятельность экономических субъектов
ПКс-2	Способность осуществлять эксплуатацию и поддержание устойчивого функционирования интегрированной системы управления рисками	ПКс-2.1	Способен осуществлять эксплуатацию и процедуры, направленные на обеспечение устойчивого функционирования интегрированной системы управления рисками организации
ПКс-3	Способность разрабатывать стандарты организации и нормативные документы в сфере обеспечения функционирования и координации процесса управления рисками	ПКс-3.1	Способность разрабатывать стандарты организации и нормативные документы в сфере обеспечения функционирования и координации процесса управления рисками

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПКс-1.1	Способен разрабатывать структуру интегрированной системы управления рисками и организовывать реализацию бизнес-процессов по её внедрению в деятельность экономических субъектов	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
ПКс-2.1	Способен осуществлять эксплуатацию и процедуры, направленные на обеспечение устойчивого функционирования интегрированной системы управления рисками организации	
ПКс-3.1	Способность разрабатывать стандарты организации и нормативные документы в сфере обеспечения функционирования и координации процесса управления рисками	

Рекомендуемые оценочные материалы промежуточной аттестации
Вопросы промежуточной аттестации

1. Сущность, виды и характерные черты конъюнктуры**.**
2. Процесс изучения конъюнктуры рынка.
3. Классификация конъюнктурообразующих факторов.
4. Показатели исследования общехозяйственной конъюнктуры.
5. Этапы процесса анализа конъюнктуры рынка.
6. Система показателей, применяемых для анализа конъюнктуры рынка.
7. Варианты оценки рыночной ситуации.
8. Рыночный спрос и рыночный потенциал.
9. Показатели для анализа конъюнктуры товарного рынка.
10. Понятие и виды емкости рынка.
11. Типы тестовых рынков.
12. Генезис подходов к исследованию экономической конъюнктуры рынка.
13. Направления анализа конъюнктуры рынка.
14. Показатели, характеризующие спрос.
15. Показатели, характеризующие предложение.
16. Показатели, отражающие масштаб рынка.
17. Уровень коммерческого риска.
18. Цикличность и колеблемость рынка.
19. Виды рыночного спроса и его определение.
20. Система показателей исследования рынка.
21. Основные подходы в исследовании рынков.
22. Основной рынок: понятие и показатели его определяющие.
23. Целевой рынок: понятие и показатели его определяющие.
24. Реальный рынок: понятие и показатели его определяющие.
25. Потенциальный рынок: понятие и показатели его определяющие.
26. Классификация методов определения емкости рынка и их недостатки
27. Исследование конкурентной среды потребительского рынка.
28. Негативные последствия конкуренции.

29. Положительные последствия конкуренции.
30. Сущность и методы ценовой и неценовой конкуренции.
31. Варианты ценовой конкуренции.
32. Понятие и виды конкуренции.
33. Анализ структуры конкурентной среды товарного рынка.
34. Основные методы и этапы анализа товарного рынка.
35. Факторы и признаки их проявления на рынке отрасли.
36. Анализ конкурентов и оценка конкурентной позиции. Направления методов конкурентной борьбы.
37. Типология рынков по уровню конкуренции.
38. Оценка конкурентных возможностей производственной фирмы по методу Нильсена.
39. Сущность критерия «Использование потенциала работников».
40. Сущность критерия «Управление технологическими процессами и процессами выполнения работ».
41. Сущность критерия «Рациональное использование ресурсов».
42. Балльная оценка конкурентоспособности по модели «Премии Правительства Российской Федерации в области качества».
43. Основные характеристики конкурентов.
44. Выявление сильных и слабых сторон в деятельности конкурентов.
45. Матрица формирования конкурентной карты.
46. Комплексная оценка конкурентной позиции и его рыночной стратегии.
47. Оценка конкурентоспособности фирмы.
48. Качественный и количественный анализ конкурентных возможностей.
49. Понятие потенциала организации.
50. Единичный критерий конкурентоспособности.
51. Обобщенный критерий конкурентоспособности товара.
52. Интегральный показатель качества продукции.
53. Уровень конкурентоспособности продукции.
54. Оценка сбытовых фактов по методике А.С. Нильсена.
55. Параметры, характеризующие важнейшие потребительские функции товара и его свойства.
56. Понятие конкурентоспособности товара и факторы ее определяющие.
57. Критерии конкурентоспособности товара.
58. Уровень и формирование конкурентоспособности продукции.
59. Факторы и параметры, формирующие конкурентоспособность товара: рыночные; сбытовые и сервисные; психологические.
60. Принципы и классификация методов оценки конкурентоспособности товара. Матрица оценки конкурентоспособности товара.

Тесты.

Прочитайте текст и установите последовательность Для определения задач интегрированной системы управления рисками определите этапы процесса изучения конъюнктуры рынка, исходя из их последовательности: 1) Анализ конъюнктуры рынка; 2) Разработка собственного прогноза конъюнктуры на ближайший планируемый период; 3) Оценка эффективности использования результатов конъюнктурного прогноза; 4) Сбор информации .
Прочитайте текст и вставьте пропущенные слова При изучении рынка и направлении анализа предложения в целом и в распределении по отдельным товарам, продавцам и регионам используется показатель _____ .

Прочитайте текст и вставьте пропущенные слова Показатели ёмкости рынка средств производства, ёмкости рынка предметов потребления и ёмкости рынка услуг используются при проведении анализа _____ _____ в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам.
Прочитайте текст и вставьте пропущенное слово Принцип _____ при проведении исследований представляет объект как целостную совокупность составляющих его подсистем во всем многообразии свойств внутри объекта, а также между объектом и внешней средой.
Прочитайте текст и вставьте пропущенное слово Принцип _____ проведения исследований означает описание, объяснение явлений и процессов на основе научно обоснованной методики, предполагающей соблюдение логической последовательности этапов и действий, использование определенной структуры и иерархии показателей.
Прочитайте текст и вставьте пропущенное слово Принцип _____ при проведении исследований заключается в изучении различных аспектов и закономерностей во взаимосвязи и взаимообусловленности.
Прочитайте текст и выберете правильный вариант ответа. Выбор обоснуйте. При каком из нижеперечисленного направления анализа используется показатель - соотношение спроса и предложения: 6) Предложение: в целом и в распределении по отдельным товарам, продавцам и регионам; 7) Покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам; 8) Текущее состояние рынка; 9) Тенденция развития рынка; 10) Колеблемость устойчивость рынка.
Прочитайте текст и выберете правильный вариант ответа. Выбор обоснуйте. Какой из нижеперечисленных принципов означает наличие острой необходимости проведения маркетинговых исследований, затраты на которые должны оправдываться значимостью полученной для компании информации: 5) Научность; 6) Обоснованность; 7) Комплексность; 8) Системность.
Прочитайте текст и выберете правильный вариант ответа. Выбор обоснуйте. Какие из нижеперечисленных маркетинговых исследований направленны на выявление качественных характеристик изучаемого объекта в виде описания действий людей и пояснения их поведения: 6) Количественные; 7) Качественные; 8) Специальные; 9) Постоянные; 10) Синдицированные.
Прочитайте текст и вставьте пропущенные слова Показатели товарной структуры товарооборота (продажи, услуги), раздела (доли) рынка между производителями, оптовыми и розничными продавцами используются при построении системы управления рисками в рамках анализа _____ _____ рынка.

Прочитайте текст и выберете правильный вариант ответа. Обоснуйте выбор.

При каком из нижеперечисленных направлений анализа используется показатель

1) региональные различия состояния и развития рынка;
2) покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам;
3) текущее состояние рынка;
4) тенденция развития рынка;
5) колеблемость, устойчивость рынка.

Прочитайте текст и выберете правильный вариант ответа. Обоснуйте выбор.

При каком из нижеперечисленном направлений анализа используется показатель

- параметры моделей сезонности и цикличности развития рынка:

1) предложение: в целом и в распределении по отдельным товарам, продавцам и регионам;
2) покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам;
3) текущее состояние рынка;
4)тенденция развития рынка;
5)колеблемость, устойчивость рынка.

Прочитайте текст и выберете правильный вариант ответа. Обоснуйте выбор.

При каком из нижеперечисленного направления анализа используется показатель

- коэффициенты вариации продаж, цен и товарных запасов во времени и в пространстве (экономическом и географическом):

6) Предложение: в целом и в распределении по отдельным товарам, продавцам и регионам;
7) Покупательский спрос в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям и регионам;
8) Текущее состояние рынка;
9) Тенденция развития рынка;
10) Колеблемость, устойчивость рынка.

Прочитайте текст и вставьте пропущенные слова

При анализе _____ _____ рынка используются показатели

- темпы роста, векторы и параметры трендов продаж, цен, товарных запасов, инвестиций и прибыли.

Прочитайте текст и вставьте пропущенное слова

Для обеспечения устойчивости системы управления рисками используются _____ маркетинговые исследования, которые проводятся специализированными компаниями, результаты которых предоставляются подписчикам.

Прочитайте текст и вставьте пропущенное слова

_____ исследования проводятся с определенной периодичностью (например, панельные исследования, осуществляемые специализированными компаниями или исследования фирм с целью оценки качества обслуживания клиентов) и т.п.

Прочитайте текст и вставьте пропущенные слова

Для снижения негативного воздействия рисков при низких темпах роста товарных рынков необходимо изучение потребительских _____и _____.

Прочитайте текст и выберите правильный вариант ответа. Обоснуйте выбор.

При динамичности окружающей среды для снижения негативного воздействия рисков рекомендуется проводить маркетинговые исследования, которые позволяют:

5) определить наиболее важные стратегические задачи на различных стадиях ЖЦТ;
6) реализовать стратегию глобального маркетинга и расширить границы своего рынка;
7) оптимально распределить ресурсы компании и снизить затраты на маркетинг;

8) выявить направление изменения рыночной ситуации.
Прочитайте текст и вставьте пропущенные слова При динамичности окружающей среды для снижения негативного воздействия рисков рекомендуется проводить исследования _____ и _____ внешнего окружения.
Прочитайте текст и выберите правильный вариант ответа. Обоснуйте выбор. Какой из нижеперечисленных видов исследований, проводимых в рамках оценки рисков, определяет направления по анализу факторов макросреды и внутренней среды компании: 4) направленные на решение задач стратегического характера; 5) направленные на решение задач тактического характера; 6) направленные на решение задач оперативного характера.
Прочитайте текст и вставьте пропущенные слова При увеличении числа новых товаров (принципиальных новинок) и сокращении их жизненных циклов (ЖЦТ) рекомендуется проводить исследования, которые направленных на изучение возможностей снижения степени воздействия рисков ____ на _____ с новыми товарами.
Прочитайте текст и выберите правильный вариант ответа. Обоснуйте выбор. Какой из нижеперечисленных видов исследований, проводимых в рамках оценки рисков, определяет направления по изучению конкурентов и фирменной структуры рынка (поставщики, посредники): 4) направленные на решение задач стратегического характера; 5) направленные на решение задач тактического характера; 6) направленные на решение задач оперативного характера.

Шкала оценивания

В Академии применяется накопительная БРС.

Оценивание результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов осуществляется в баллах по всем видам работ с применением 100 (сто) балльной шкалы (итоговая балльная оценка).

Количество баллов, начисленных в рамках одной контрольной точки, может принимать только целочисленное значение (при необходимости применяется арифметическое округление).

Система перевода итоговой балльной оценки в традиционную, бинарную системы и ECTS:

Итоговая бальная оценка	**Традиционная система**	**Бинарная система**	**ECTS**
95-100	отлично	зачтено	A/passed
85-94			B/passed
75-84	хорошо		C/passed
65-74			D/passed
55-64	удовлетворительно		E/passed
0-54	неудовлетворительно	Не зачтено	F/no passed

В Академии принято следующее соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма балов за текущий контроль	Максимальная сумма балов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая бальная оценка	Максимальная сумма балов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 балов	100 балов

Шкала оценивания практико-ориентированных заданий
(и контрольной работы) по дисциплине

Баллы	Критерии
(5)	-алгоритм решения в общем виде составлен правильно, -соблюдены все рекомендации по оформлению и решению задания
(4)	-задание решено не в общем виде, хотя решение соответствует алгоритму, но не соблюдены все требования по оформлению и решению задания
(3)	- решение задания не доведено до конца, хотя и выбрано правильное направление решения, отсутствует оформление решения, есть неточности в вычислениях
(2)	-отсутствуют формулы и вычисления к решению задания

Шкала оценивания результатов тестирования

Оценка (стандартная)	Оценка (тестовые нормы: % правильных ответов)
(5) – «отлично»	80-100 %
(4) – «хорошо»	65-79%
(3) – «удовлетворительно»	50-64%
(2) – «неудовлетворительно»	Менее 50%

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Цель методических рекомендаций - обеспечить студенту оптимальную организацию процесса изучения дисциплины, а также выполнения различных форм самостоятельной работы.

Студентам необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимся на образовательном портале и сайте кафедры, с графиком консультаций преподавателей кафедры.

Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям (теоретический курс).

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Именно поэтому контроль над систематической работой студентов всегда находится в центре внимания кафедры.

Студентам необходимо:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что

позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;

- на отдельные лекции приносить соответствующий материал на бумажных носителях, представленный лектором на портале или присланный на «электронный почтовый ящик группы» (таблицы, графики, схемы). Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции;

- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале опять не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях.

Рекомендации по подготовке к практическим (семинарским) занятиям.

Студентам следует:

- приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию;

- до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия и отработать задания, определённые для подготовки к практическому занятию;

- при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-правовые акты и материалы правоприменительной практики;

- теоретический материал следует соотносить с правовыми нормами, так как в них могут быть внесены изменения, дополнения, которые не всегда отражены в учебной литературе;

- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;

- в ходе практического занятия давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;

- на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Одной из форм самостоятельной работы студента является подготовка научного доклада, для обсуждения его на практическом (семинарском) занятии по темам 1, 2, 3, 5, 6, 7.

Цель научного доклада - развитие у студентов навыков аналитической работы с научной литературой, анализа дискуссионных научных позиций, аргументации собственных взглядов. Подготовка научных докладов также развивает творческий потенциал студентов.

Научный доклад готовится под руководством преподавателя, который ведет практические (семинарские) занятия.

Рекомендации студенту:

- перед началом работы по написанию научного доклада согласовать с преподавателем тему, структуру, литературу, а также обсудить ключевые вопросы, которые следует раскрыть в докладе;

- представить доклад научному руководителю в письменной форме;

- выступить на семинарском занятии с 10-минутной презентацией своего научного доклада, ответить на вопросы студентов группы.

Требования:

- к оформлению научного доклада: шрифт - Times New Roman, размер шрифта - 14, межстрочный интервал - 1,5, размер полей - 2,5 см, отступ в начале абзаца - 1,25 см,

форматирование по ширине); листы доклада скреплены скоросшивателем. На титульном листе указывается наименование учебного заведения, название кафедры, наименование дисциплины, тема доклада, ФИО студента;

- к структуре доклада - оглавление, введение (указывается актуальность, цель и задачи), основная часть, выводы автора, список литературы (не менее 5 позиций). Объем согласовывается с преподавателей. В конце работы ставится дата ее выполнения и подпись студента, выполнившего работу.

Методические рекомендации по подготовке, написанию и оформлению контрольной работы

Выполнение контрольной работы проводится по теме 3, 4, 7 с целью формирования общепрофессиональных компетенций и способностей к научно-исследовательской работе, позволяющих:

- осуществлять поиск и использование информации (в том числе справочной, нормативной и правовой), сбор данных с применением современных информационных технологий, необходимых для решения профессиональных задач;
- выбирать инструментальные средства для обработки данных в соответствии с поставленной задачей, применяя современный математический и статистический аппарат, программные продукты;
- анализировать результаты расчетов, используя современные методы интерпретации данных, обосновывать полученные выводы.

Темы контрольных работ предлагаются студентам на выбор. Студент имеет право выбрать одну из заявленных тем или тема контрольной работы может быть предложена студентом при условии обоснования им ее целесообразности.

Контрольная работа должна содержать:

- введение, в котором обосновывается актуальность темы, формулируются цели и задачи работы;
- основную часть, в которой раскрывается содержание исследуемой проблемы;
- заключение, в котором содержатся выводы и рекомендации относительно практического применения материалов работы;
- список используемых источников и интернет-ресурсов;

Общий объем контрольной работы до 10 страниц.

Работа оформляется 14 шрифтом Times New Roman через 1,5 межстрочный интервал, выравнивание текста - по ширине страницы.

Иллюстрации (графики, схемы, диаграммы) следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе. Иллюстрации следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией.

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Наименование таблицы, при его наличии, должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Наименование таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером. Таблицу следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны быть ссылки в тексте. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.

Нумерация страниц документа должна быть сквозная.

В тексте документа не допускается:

- применять обороты разговорной речи;
- применять произвольные словообразования;
- применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии;

Оформление библиографии производится в соответствии с ГОСТ. Список

использованных источников, как правило, содержит сплошную нумерацию.

Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий.

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует:

- руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД;
- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы;
- использовать при подготовке методические разработки кафедры по написанию рефератов, эссе, контрольных работ;
- при подготовке к промежуточному контролю параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

Методические рекомендации по работе с литературой.

Любая форма самостоятельной работы студента (подготовка к семинарскому занятию, написание эссе, контрольной работы, доклада и т.п.) начинается с изучения соответствующей литературы как в библиотеке, так и дома.

К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература.

Основная литература - это учебники и учебные пособия.

Дополнительная литература - это монографии, сборники научных трудов, журнальные и газетные статьи, различные справочники, энциклопедии, интернет ресурсы.

Рекомендации студенту:

- выбранную монографию или статью целесообразно внимательно просмотреть. В книгах следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие. Целесообразно ее пролистать, рассмотреть иллюстрации, таблицы, диаграммы, приложения. Такое поверхностное ознакомление позволит узнать, какие главы следует читать внимательно, а какие прочитать быстро;
- в книге или журнале, принадлежащие самому студенту, ключевые позиции можно выделять маркером или делать пометки на полях. При работе с Интернет-источником целесообразно также выделять важную информацию;
- если книга или журнал не являются собственностью студента, то целесообразно записывать номера страниц, которые привлекли внимание. Позже следует возвратиться к ним, перечитать или переписать нужную информацию. Физическое действие по записыванию помогает прочно заложить данную информацию в «банк памяти».

Выделяются следующие виды записей при работе с литературой:

Конспект - краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов. Хороший конспект должен сочетать полноту изложения с краткостью.

Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.

Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.

Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.

Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги. Записи в той или иной форме не только способствуют пониманию и усвоению изучаемого материала, но и помогают вырабатывать навыки ясного изложения в письменной форме тех или иных теоретических вопросов.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

7.1 Основная литература.

1. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения: учебник и практикум для вузов/ Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 268 с.— (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540015
2. Воронцовский, А. В. Оценка рисков: учебник и практикум для вузов/ А. В. Воронцовский. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02411-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/538387
3. Воронцовский, А. В. Управление рисками: учебник и практикум для вузов/ А. В. Воронцовский. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 485 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12206-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536576
4. Управление финансовыми рисками: учебник и практикум для вузов / И. П. Хоминич [и др.]; под редакцией И. П. Хоминич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 569 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18731-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545454

7.2 Дополнительная литература.

1. Роик, В. Д. Управление профессиональными рисками: учебник для вузов/ В. Д. Роик. — Москва: Издательство Юрайт, 2022.— 657 с. — (Высшее образование).— ISBN 978-5-534-14160-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496877

2. Турчаева, И. Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учебник и практикум для вузов/ И. Н. Турчаева, Я. Ю. Таенчук. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 213 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13101-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/497378

3. Тимошенков, С. П. Надежность технических систем и техногенный риск: учебник и практикум для вузов/ С. П. Тимошенков, Б. М. Симонов, В. Н. Горошко. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8582-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489439

4. Северцев, Н. А. Введение в безопасность: учебное пособие для вузов/ Н. А. Северцев, А. В. Бецков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022.—

177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05710-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493335

7.3.Нормативные правовые документы.

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации.
3. Федеральный закон от 07.02.2011г. № 3-ФЗ «О полиции».
4. Федеральный закон от 11.07.2001г. № 95-ФЗ «О политических партиях».
5. Федеральный закон от 06.10.2003г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».
6. Федеральный закон от 27.07.2004г. № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации».
7. Указ Президента РФ от 10.06.1994г. № 1185 «Об обеспечении взаимодействия Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации».
8. Указ Президента РФ от 28.07.2007г. № 825 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации».
9. ГОСТ Р 58771-2019 Национальный стандарт Российской Федерации. «Менеджмент риска. Технологии оценки риска».
10. ГОСТ Р ИСО 31000-2019 Национальный стандарт Российской Федерации «Менеджмент риска. Принципы и руководство».
11. ГОСТ Р 71034-2023 Национальный стандарт Российской Федерации «Менеджмент риска. Риск-аппетит и ключевые индикаторы риска».
12. ГОСТ Р 59991-2022 Национальный стандарт Российской Федерации «Системная инженерия. Системный анализ процесса управления рисками для системы».
13. ГОСТ Р 70350-2022 Национальный стандарт Российской Федерации «Менеджмент риска. Оценивание качества менеджмента риска организации».
14. ГОСТ Р 51897-2021 (ISO Guide 73:2009) Национальный стандарт Российской Федерации «Менеджмент риска. Термины и определения».
15. ГОСТ Р 70350-2022 Национальный стандарт Российской Федерации «Менеджмент риска. Оценивание качества менеджмента риска организации».
16. ГОСТ Р 59339-2021 Национальный стандарт Российской Федерации «Системная инженерия. Защита информации в процессе управления рисками для системы».
17. ГОСТ Р 58969-2020 Национальный стандарт Российской Федерации «Менеджмент риска. Управление технико-производственными рисками промышленного предприятия».
18. ГОСТ Р 58969-2020 Национальный стандарт Российской Федерации «Менеджмент риска. Количественная оценка влияния рисков на стоимость и сроки инвестиционных проектов».
19. ГОСТ Р МЭК 60300-1-2017 Национальный стандарт Российской Федерации «Менеджмент риска. Руководство по применению менеджмента надёжности».
20. ГОСТ Р 51901.16-2017 (МЭК 61164:2004) Национальный стандарт Российской Федерации «Менеджмент риска. Повышение надёжности. Статистические критерии и методы оценки».
21. ГОСТ Р 51901.7-2017/ISO/TR 31004:2013 Национальный стандарт Российской Федерации «Менеджмент риска. Руководство по внедрению ИСО 31000».
22. ГОСТ Р 57272-2016 Национальный стандарт Российской Федерации «Менеджмент риска применения новых технологий. Части 1-7.».
23. Р 50.1.103-2015. Рекомендации по стандартизации. Менеджмент риска. Управление инвестиционным риском.

7.4.Интернет-ресурсы.

1. www.government.ru - интернет-портал Правительства Российской Федерации.

2. www.minzdravsoc.ru - официальный сайт Министерства здравоохранения и социального развития.

3. www.minregion.ru - официальный сайт Министерства регионального развития.

4. www.gks.ru - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.

5. http://www.economy.gov.ru/minec/main - официальный сайт Министерства экономического развития РФ.

6. www.minregion.ru - официальный сайт Министерства регионального развития РФ.

7.5.Иные источники.

Периодические издания

1. Российская газета. Специальный тематический выпуск «Экономика».
2. Журнал «Вопросы экономики».
3. Журнал «Креативная экономика».
4. Журнал «Эксперт».

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Учебные аудитории, предназначенные для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оборудованы:

– специализированной мебелью (аудиторные столы и стулья);

– техническими средствами обучения (мультимедийный проектор, светодиодный экран, персональный компьютер (ноутбук) с программным обеспечением);

– экраном для демонстрации презентаций и фильмов;

– учебной доской (маркерной).

Учебные аудитории, предназначенные для самостоятельной работы, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и использования электронно-библиотечных и информационно-справочных систем, а также с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Перечень информационных технологий, программных продуктов, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине	
1	Операционная система (Microsoft Windows 10);
2	Пакет офисных программ (Microsoft Office 2016);
3	Антивирусная программа (Kaspersky Endpoint Security);
4	Интернет-браузер (Google Chrome и Yandex, Firefox,Microsoft Edge);
5	Различные утилиты (Архиваторы (7-Zip File Manager), программа для составления бизнес-планов (ProjectLibre), программа для записи компакт-дисков “ultraISO”, файловые менеджеры, программы просмотра изображений (Acrobat Reader free), мультимедийный проигрыватель (Windows media player), программа для конференц-связи (МТС-линк).
6	• Образовательная платформа Юрайт • Электронно-библиотечная система Znanium • Электронно-библиотечная система Айбукс

	• Электронно-библиотечная система Лань • https://lib.ranepa.ru/ru/ • Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU http://elibrary.ru