



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

для выполнения контрольной работы по дисциплине
«Конъюнктура рынков потребительских товаров»
для студентов направления 38.03.06 Торговое дело

Ростов-на-Дону
2016

Составитель к.э.н., доц. Текучева С. Н.

Методические указания для выполнения контрольной работы по дисциплине «Конъюнктура рынков потребительских товаров» . - Ростов н/Д, / Издательский центр ДГТУ 2016.

Предназначены для бакалавров, обучающихся по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Печатается по решению методической комиссии факультета Инновационный бизнес и менеджмент. Утверждены протоколом заседания кафедры «Экономика» № 1 от 30.08.2016г.

Научный редактор: к.э.н., доц. Рудская Е. Н.

Рецензент: к.э.н., доц. Еременко И.А.

© Издательский центр ДГТУ, 2016

Цель освоения дисциплины «Конъюнктура рынков потребительских товаров» - формирование у будущих специалистов целостного представления о конъюнктуре рынка, факторах ее изменения, методах изучения и влиянии на принимаемые предпринимателями решения, а также непосредственное практическое применение этих знаний и навыков в своей профессиональной деятельности.

Рыночная конъюнктура определяет коммерческую ценность и конкурентоспособность товаров, возможность и экономическую целесообразность заключения договоров купли-продажи на конкретных условиях, выбор фирм-контрагентов, поиск благоприятного момента выхода на рынок, формы и методы этого выхода.

Для студентов, обучающихся на заочной форме обучения предусмотрено выполнение контрольной работы. Контрольная работа выполняется по варианту, последняя цифра которого, совпадает с номером зачетной книжки. Листы обязательно нумеруются студентом. В конце указывается список литературных источников, которые были использованы (не менее пяти). Лекционные материалы не должны использоваться в качестве источника в контрольной работе!

Контрольная работа может выполняться с помощью компьютера на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210*297), шрифт 14 Times New Roman, через полуторный интервал с полями вокруг текста. Размер левого поля 20 мм, правого – 10 мм, верхнего – 20 мм, нижнего – 20 мм.

После написания контрольной работы необходимо сдать ее на проверку преподавателю через методистов заочного факультета. Если работа была возвращена студенту для доработки, то необходимо устранить выявленные недочеты работы и повторно сдать ее на проверку преподавателю.

При написании контрольной работы не допускается копирование базовых лекций.

Вопросы для контрольной работы

1. Понятие рыночной конъюнктуры, цели и задачи ее изучения.
2. Конъюнктурообразующие факторы.

3. Рынки потребительских товаров.
4. Типы рынков продовольственных товаров.
5. Особенности рынка непродовольственных товаров.
6. Конъюнктура потребительского рынка.
7. Статистика конъюнктуры потребительского рынка.
8. Основные направления, цели и задачи анализа потребительского рынка.

9. Этапы анализа потребительского рынка: оценка конъюнктуры, определение емкости рынка, анализ сегментации рынка, изучение конкурентов.

10. Информационное обеспечение анализа рынка.

11. Система статистической отчетности предприятий.

12. Метод конъюнктурных совещаний.

13. Система показателей оценки конъюнктуры потребительского рынка.

14. Система показателей, характеризующих состояние и динамику потребительского рынка.

15. Показатели рыночной ситуации (объем продаж; число и размер сделок; число и структура продавцов и покупателей и т.д.);

16. Показатели цен (уровень цен; структура цен; изменение цен и т.д.);

17. Показатели движения товарной массы (товарооборот; уровень обеспеченности товарными запасами; товарооборачиваемость и т.д.);

18. Показатели рыночной инфраструктуры (структура: организаций, торговой площади, основных средств; обеспеченность: оборудованием, транспортными средствами, трудовыми ресурсами, средствами связи и т.д.);

19. Показатели социально – экономического эффекта и эффективности рыночной деятельности (прибыль, рентабельность, уровень удовлетворения спроса, качество обслуживания населения и т.д.).

20. Изучение устойчивости развития рынка на основе статистических данных.

21. Анализ устойчивости уровней исследуемого временного ряда.

22. Анализ устойчивости выявленной тенденции (тренда).

23. Методы обнаружения основной тенденции развития: укрупнение интервала динамического ряда; метод скользящей средней; аналитическое выравнивание ряда динамики.

24. Опережающие экономические параметры оценки конъюнктуры рынка в США.

25. Запоздавающие экономические параметры оценки конъюнктуры рынка в США.

26. Соответствующие экономические параметры оценки конъюнктуры рынка в США.

27. Индекс деловой активности PMI.

28. Расчет и смысловое значение индекса предпринимательской уверенности.

29. Расчет и смысловое значение индекса деловой активности.

30. Расчет и смысловое значение конъюнктурного индекса «Финанс».

31. Расчет и смысловое значение индекса предпринимательских ожиданий (Российский экономический барометр).

32. Расчет и смысловое значение индекса деловой среды.

33. Расчет и смысловое значение индекса деловой активности The Moscow Narodny PMI.

34. Типы рынков по уровню конкуренции.

35. Показатели оценки степени монополизации рынка: число фирм-конкурентов; общий объем продаж товара на рынке и долей производителей; доли малых, средних и крупных фирм в общем объеме рынка.

36. Коэффициент монополизации рынка (индекс Хиршмана-Херфинделя).

37. Понятие потенциала рынка и факторы его определяющие.

38. Проблемы и методы оценки потенциала рынка.

39. Насыщенность рынка.

40. Методы оценки емкости рынка: их преимущества и недостатки.

41. Пропорциональность развития рынка и ее статистическое исследование.

42. Инструменты анализа пропорциональности рынка: балансовый метод, относительные величины структуры и координации, компаративные (сравнительные) индексы, коэффициенты эластичности.

43. Структурный анализ рынка: метод анализа колеблемости показателей пропорциональности, их трендовые и регрессионные модели, индексный метод анализа, группировки регионов и фирм по структурным показателям и т.д.

44. Основные относительные показатели структуры рынка: доля (удельный вес) и коэффициент соотношения.

45. Колеблемость и цикличность развития экономики РФ.

Варианты задания для контрольной работы

Номер зачетной книжки	Номер варианта	Номера вопросов
0	1	10, 20, 30, 40, 50
1	2	1, 11, 21, 31, 41
2	3	2, 12, 22, 32, 42
3	4	3, 13, 23, 33, 43
4	5	4, 14, 24, 34, 44
5	6	5, 15, 25, 35, 45
6	7	6, 16, 26, 32, 36,
7	8	7, 17, 27, 37, 45
8	9	8, 18, 28, 38, 43
9	10	9, 19, 29, 33, 39

Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Иневатова, О.А. Региональные рынки : учебное пособие / О.А. Иневатова, С.А. Дедеева, Ю.А. Макарова ; Кафедра региональной экономики, Министерство образования и науки Российской Федерации. - Оренбург : ОГУ, 2015. - 204 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7410-1330-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439003> (22.09.2016).

2. Статистика рынка товаров и услуг : учебно-практическое пособие / И.К. Беляевский, А.В. Коротков, Л.А. Данченко, Н.В. Татаркова. - М. : Евразийский открытый институт, 2009. - 207 с. - ISBN 978-5-374-00212-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93218> (22.09.2016).

3. Кузнецов, С. Рынок и рыночная конъюнктура / С. Кузнецов. - М. : Лаборатория книги, 2010. - 57 с. - ISBN 978-5-905825-58-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96993> (22.09.2016).

4. Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири : монография / В.В. Куимов, Ю.Ю. Суслова, Е.В. Щербенко, Л.В. Панкова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2015. - 268 с. : табл., ил. - Библиогр.: с. 230-246. - ISBN 978-5-7638-3149-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435695> (22.09.2016).

5. Маркетинговые исследования рынка: Учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 192 с.: ил.; 60х90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0191-5

6. Журнал «Мировая Конъюнктура рынков потребительских товаров и международные отношения (МЭ и МО)», 2014-2016 гг. // <http://elibrary.ru/>

Интернет-ресурсы

1. <http://ktr-online.ru> - Электронный журнал «Конъюнктура товарных рынков».
2. <http://csr.ru/> - Центр стратегических разработок
3. <http://expert.ru/> - Электронный журнал «Эксперт-онлайн»
4. <http://gks.ru> — Официальный сайт Государственного комитета статистики

5. <http://hse.ru> - Сайт национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»
6. <http://cyberleninka.ru> - Научная библиотеке открытого доступа «киберленинка»
7. <http://iet.ru> - Сайт института экономической политики имени Е.Т. Гайдара
8. <http://imemo.ru> - Сайт «Национального исследовательского института мировой экономики и международных отношений имени Е.М. Примакова Российской академии наук» (ИМЭМО РАН)
9. <http://rbc.ru> - Сайт РБК – мультимедийного холдинга России
10. <http://minfin.ru> — Сайт Министерства финансов РФ
11. <http://znanium.com> - Электронно-библиотечная система.