

ИЗУЧЕНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА

Б1.В.ДВ.4.1

Дисциплина «Изучение и прогнозирование спроса» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг», квалификации бакалавр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины – приобретение студентами необходимой квалификации - знаний, умений и навыков для проведения конъюнктурного анализа рынка в части анализа спроса на потребительском рынке, а также смежных категорий, процессов и явлений.

Полученные результаты рассматриваются как основа для разработки службой маркетинга предприятия управляющих воздействий, включая разработку стратегий маркетинга и планирование комплекса маркетинга при выходе предприятия на рынок, расширении и стабилизации участия предприятия на рынке.

Основными задачами дисциплины являются:

- изучение определения спроса как рыночной категории, как статического показателя и как характеристики поведения потребителей, знание множества разновидностей спроса;
- изучение возможностей применения теории анализа спроса в маркетинге;
- изучение факторов, процессов и явлений формирования и прогнозирования спроса;
- изучение методов и моделей анализа состояния и развития спроса;
- формирование цельной картины взаимосвязи рыночных дисциплин – экономической теории, конъюнктурного анализа, статистики рынка товаров и услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Изучение и прогнозирование спроса» (Б1.В.ДВ.4.1) относится к дисциплинам по выбору.

При освоении данной дисциплины необходимы знания, приобретенные студентами в результате изучения дисциплин: «Математика», «Экономическая теория», «Информатика».

Знания, полученные при освоении дисциплины «Изучение и прогнозирование спроса» в дальнейшем используются при изучении дисциплин «Маркетинговый анализ», «Маркетинговые исследования», «Статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой деятельности», «Математические методы в маркетинге».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Изучение и прогнозирование спроса», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 38.03.02 Менеджмент (профиль Маркетинг).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

а) общекультурные компетенции (ОПК):

- **ОК-3** – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

б) профессиональные компетенции (ПК):

- **ПК-9** – способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;

- **ПК-10** – владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.

В результате освоения дисциплины «Изучение и прогнозирование спроса» обучающийся должен:

• *знать:*

- содержание категории спроса, а также смежные категории, предшествующие и последующие спросу в процессе его формирования;

- виды спроса, характеризующие поведение потребителей, а также знать стратегии регулирования спроса;

- методы изучения и моделирования тенденции и сезонности спроса;

- методы корреляционно-регрессионного анализа для изучения спроса;

- модель спроса-предложения и ее модификации;

• *уметь:*

- применять методы и модели анализа и прогнозирования спроса, товарооборота, потребления, емкости рынка;

- рассчитывать статистические показатели, включая спрос, потребление, товарооборот, емкость и размер рынка, темпы роста и прироста;

- проводить анализ объема спроса, основанный на регрессионных моделях и анализе временных рядов;
- проводить анализ тенденции и сезонности спроса;
- применять Excel для решения задач изучения и прогнозирования спроса;

- ***владеть:***

- навыками расчета статистических показателей, включая спрос, потребление, товарооборот, емкость и размер рынка, темпы роста и прироста;
- навыками моделирования тенденции и сезонности спроса;
- навыками проведения регрессионного анализа для изучения спроса;
- навыками применения пакетов прикладных программ для изучения спроса.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.