

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ М.В. ЛОМОНОСОВА

Факультет государственного управления

Кафедра финансового менеджмента

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Исследования рынка

Направление подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Программа – «БИЗНЕС-АНАЛИТИКА И ФИНАНСЫ»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Автор программы: доцент кафедры финансового менеджмента факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова, кандидат исторических наук Галкин И.В. ilya.v.galkin@gmail.com

Заведующий кафедрой финансового менеджмента

Доктор экономических наук, профессор

Бобылева А.З.

Москва, 2018

I. Название дисциплины

Исследования рынка

II. Шифр дисциплины

III. Цели и задачи дисциплины

А. Целью дисциплины «Исследования рынка» является формирование у студентов знаний, навыков и умений, необходимых при построении системы по сбору и обработке информации о рынке для прогнозирования экономических процессов, в том числе для целей государственного управления такими процессами.

Б. Для достижения указанной цели решаются следующие задачи:

- 1) формирование знаний общей типологии направлений и задач исследования рынка;
- 2) формирование умений
 - соотносить проблемы макроэкономического анализа и прогнозирования и стратегического планирования развития предприятия, отрасли, экономической системы в целом,
 - применять прикладные методики анализа товарных рынков и рынков услуг с учетом целей и задач такого анализа,
 - применять прикладные методики фундаментального, технического и инвестиционного анализа предприятий и проектов с учетом целей и задач перечисленных видов анализа.

IV. Место дисциплины в структуре ООП

1) *Информация об образовательном стандарте и учебном плане:*

- Магистр МГУ, учебный план магистратуры (ОС МГУ магистра по направлению 38.04.02 «Менеджмент»)
- «Бизнес-аналитика и финансы»
- Магистерская программа

2) *Информация о месте дисциплины в образовательном стандарте и учебном плане:*

- Вариативная часть;
- Профессиональный цикл;
- Дисциплины по выбору;
- 2 курс;
- 1 семестр.

3) *Перечень дисциплин, которые должны быть освоены для начала освоения данной дисциплины:*

- «Государственное регулирование экономики»
- «Рынок ценных бумаг»

- «Экономика»
- «Стратегический маркетинг»
- 4) **Общая трудоемкость:**
- 2 зачетные единицы (72 академических часа)

- 5) **Форма итоговой аттестации:**
- зачет

V. **Формы проведения**

- лекции – 2 академических часа;
- семинары – 30 академических часов;
- самостоятельная работа – 40 академических часа.

VI. **Распределение трудоемкости по разделам и темам, а также формам проведения занятий с указанием форм текущего контроля и промежуточной аттестации**

| № п/п | Наименование разделов и тем дисциплины | Трудоемкость по формам занятий (в академических часах) | | | Формы контроля |
|-------|---|--|----------|---|---|
| | | Лекции | Семинары | Самостоятельная работа | |
| 1) | Разновидности и цели исследований – разновидности исследований рынка; – цели исследования рынка; – соотношение макроэкономического анализа и стратегического планирования | 1 час | - | 4 часа (чтение литературы) | Беседа - дискуссия |
| 2) | Исследования товарного рынка (рынка услуг) – задачи и объекты изучения (глубина, сегменты, цены, предложение, актуальный спрос и тенденции потребления); – методы (опрос/анкетирование, фокус-группа, интервью, полевое исследование) и выводы; – исследования товарного рынка (рынка услуг) и продвижение товара (услуги) на рынок | - | 8 часов | 10 часов (чтение литературы / подготовка сообщения/ реферата) | Подготовка сообщений/ устный опрос |
| 3) | Фундаментальный анализ – источники имущества компании; – система учета: иммобилизованные и мобильные активы, собственные и привлеченные средства; – коэффициентный и трендовый анализ; – мультипликативный дискриминантный анализ – анализ финансовых результатов; – финансовый результат и рынок; | - | 8 часов | 10 часов (чтение литературы / подготовка сообщения / реферата) | Подготовка сообщений/ подготовка реферата/ Устный опрос / решение ситуационной задачи |

| | | | | | |
|-------|--|--|----------|--|--|
| | – оценка компании рынком: β - и α -коэффициенты | | | | |
| № п/п | Наименование разделов и тем дисциплины | Трудоемкость по формам занятий (в академических часах) | | | Формы контроля |
| 4) | Технический анализ – понятие цикличности рынков; – рыночные индексы; – графики (чарты) и фигуры; – методики оценки фигур (движения индексов); | - | 4 часа | 2 часа (Чтение литературы) | Беседа-дискуссия |
| 5) | Инвестиционный анализ и бизнес-планирование – цели и основные элементы бизнес-планирования; – оценка источников и стоимости инвестиционных ресурсов; – общий анализ проекта; – коэффициентный анализ; – инвестиционное (эмиссионное) планирование, экономическая модель и бюджет инвестиционного проекта | 1 час | 8 часов | 12 часов (Чтение литературы /подготовка сообщения / реферата) | Подготовка сообщений/ подготовка реферата/ устный опрос/ решение ситуационной задачи |
| 6) | Организация исследований рынка – аналитика коммерческих структур – исследовательские центры и аналитика органов власти | - | 2 часа | 2 часа (Чтение литературы) | Беседа-дискуссия |
| Итого | | 2 часа | 30 часов | 40 часов | |

VII. Содержание дисциплины по темам – аудиторная и самостоятельная работа

Тема 1. Разновидности исследований

Лекция 1. (1 час) Предмет, задачи и структура курса. Рекомендуемая литература. Разновидности исследований рынка: макроэкономические исследования для целей стратегического планирования, изучение товарного рынка и рынка услуг, анализ корпоративных финансов или фундаментальный анализ, анализ конфигурации рынка или технический анализ, инвестиционный анализ и эмиссионное планирование. Цели исследований рынка. Взаимозависимость разновидностей рыночных исследований.

Тема 2. Исследования товарного рынка (рынка услуг)

Семинар 1. (4 часа) Объекты исследований: анализ размера, динамики и потенциала развития товарного рынка или рынка услуг. Исследование конъюнктуры товарного рынка или рынка услуг, сегментация товарного рынка или рынка услуг. Структура цен товаров или услуг на рынке. Спрос, ключевые потребности и особенности поведения покупателей товаров/пользователей услуг на рынке. Выявление главных потребительских тенденций. Методы исследований: вторичные и первичные исследования. Способы исследований рынка товаров или рынка услуг (опрос/анкетирование, фокус-группа, персональные интервью, наблюдение/полевое исследование).

Семинар 2. (4 часа) Задачи и выводы исследований рынка товаров (услуг): выработка предположений о потенциальных потребителях товаров или услуг и о спросовых ограничениях, предложений по ценам предложения товара или услуги с учетом их себестоимости, издержек обращения и прогноза рентабельности. Исследования товарного рынка (рынка услуг) как вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. Элементы исследования товарного рынка (формирование ассортиментной и ценовой политики компании на основе маркетинговых исследований, выработка стратегии и тактики рыночного поведения компании, организация сбыта продукции и услуг компании, коммуникации и сервис).

Тема 3. Фундаментальный анализ

Семинар 3 (4 часа) Экономика фирмы и порядок учета ее финансово-хозяйственных операций. Система двойной записи, бухгалтерский баланс и его основные элементы (имущество /активы/ компании и его источники /пассивы/; основные средства, нематериальные активы, дебиторская задолженность, товарно-материальные запасы, деньги и их эквиваленты; капитал, кредиторская задолженность). Основные и оборотные средства. Активы. Чистые активы. Приведенные (дисконтированные) чистые активы.

Семинар 4. (4 часа) Ликвидность. Коэффициенты ликвидности (коэффициент абсолютной ликвидности, промежуточный коэффициент покрытия, общий коэффициент покрытия). Рабочий капитал как интегрированный показатель экономического (финансового) состояния компании. Мультипликативный дискриминантный анализ (тест Альтмана /Z-коэффициент/, его английская и российская адаптации). Факторный анализ (модель Дюпона) финансового результата (рентабельность капитала /ROE/, рентабельность активов /ROA/, рентабельность продаж /ROS/). Оценка компании рынком (коэффициенты P/E, EPS, NEPS, α , β).

Ситуационные задачи:

- 1) Рассчитать справедливую (внутреннюю) цену обыкновенной акции публичной корпорации промышленного профиля на основе финансовой отчетности
- 2) Оценить кредитоспособность публичной корпорации сырьевого профиля посредством мультипликативного дискриминантного анализа а) по методикам, применимым в РФ, б) по методикам, применимым в США (модель Альтмана), с) по методикам, применимым в Великобритании (модель Тафлера – Тишоу)
- 3) Почему значение ROE всегда больше значения ROA?
- 4) Охарактеризовать инвестиционные свойства акции а) с отрицательным значением коэффициента β , б) со значением коэффициента β , равном 1, с) со значением коэффициента β в интервале от 1 до 2

Тема 3. Технический анализ

Семинар 5. (4 часа) Объективные причины цикличности рынков. Первичные, вторичные и малые циклы. Показатели цикла. Индексный анализ (композиционные и отраслевые индексы, индексы Доу-Джонса, основные биржевые индексы Российской Федерации). Графики (японские свечи, столбиковые, «точек и значков»). Формы графиков и их интерпретация. Методы следования за трендом. Скользящая средняя. Линии Боллинджера. Объекты анализа (объем, уравнивающий объем, ширина рынка, глубина рынка, локальные максимумы, незакрытые короткие позиции).

Тема 4. Инвестиционный анализ и бизнес-планирование

Лекция 2. (1 час) Задачи и содержание анализа инвестиционных проектов. Соотношение анализа инвестиционных проектов и анализа корпоративных финансов. Анализ инвестиционных проектов как основа бизнес-планирования.

Семинар 6. (4 часа) Анализ инвестиционного потенциала и круга поставщиков инвестиционных ресурсов. Подбор инвестиционных инструментов как элемент инвестиционного анализа. Структура и содержание бизнес-плана. Оценки истории предприятия, производственно-кадровой базы, характера производимых товаров/оказываемых услуг, поставщиков и потребителей товаров/услуг предприятия, конкурентной среды, актуального экономического положения предприятия.

Семинар 7. (4 часа) Оценка потребности, перспектив и сроков использования инвестиционных ресурсов. Экономическая модель и бюджет проекта. Прогнозирования инвестиционных результатов: методы расчета чистого приведенного эффекта (NPV) инвестиционного проекта, индекса рентабельности инвестиций (PI), нормы и модифицированной нормы рентабельности инвестиций (IRR, MIRR), срока окупаемости инвестиций. Простые (статистические) методы.

Ситуационные задачи:

- 1) Предложить алгоритм финансирования инвестиционного проекта, в котором привлечение инвестиционного кредита и фондирование посредством увеличения уставного капитала за счет IPO имеют равную эффективность
- 2) Показать взаимосвязь ставки дисконтирования R , принимаемой равной ставке доходности безрискового вложения, и значения WACC при условии, что доля заемных средств в фондировании данного инвестиционного проекта равна 100%

Тема 5. Организация исследований рынка

Семинар 8. (2 час) Исследовательские центры и организации. Подразделения по исследованию товарного рынка (рынка услуг) в производственных компаниях. Роль и место исследователя товарного рынка (рынка услуг) в принятии управленческих решений. Аналитические центры и специализированные подразделения аналитических организаций финансового рынка. Роль органов государственной власти и управления в исследовании проблем рынка, выработке макроэкономического прогноза и стратегическом планировании.

VIII. Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование предусмотренных стандартом направления «Менеджмент» следующих компетенций:

- 1) знание разновидностей и целей исследований рынка, теоретических основ, содержания и прикладных методов исследования рынка товаров (услуг) и рынка финансовых активов (М-ПК-4, М-ПК-6, М-ПК-7);
- 2) умение самостоятельно ставить (формулировать) исследовательскую задачу в зависимости от разновидности исследования рынка и выработать требования к

- бизнес-планированию, включая мотивированный порядок расчета основных показателей инвестиционного проекта (М-ПК-8);
- 3) владение навыками самостоятельного анализа товарного рынка (рынка услуг) и рынка финансовых активов и самостоятельной оценки результатов внешних исследований товарного рынка (рынка услуг) и рынка финансовых активов (М-ПК-2, М-ПК-3, М-ПК-4, М-ПК-5, М-ПК-6, М-ПК-7, М-ПК-8)

IX. Используемые образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии

При изучении дисциплины используются следующие образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии.

В лекциях, являющихся основным элементом *образовательных технологий*, раскрываются основные методологические вопросы исследований рынков даются рекомендации для самостоятельной работы с литературой при подготовке докладов (сообщений) и рефератов, а также для решения ситуационных задач на практических занятиях (семинарах).

Практические занятия (семинары) и самостоятельная работа слушателей в качестве элементов *образовательных и научно-производственных технологий* предполагают (1) изучение основной и дополнительной литературы, (2) решение ситуационных задач и выступления с докладами (сообщениями), что позволяет закрепить полученные теоретические знания и применить их на практике – при определении задач и прикладных способов рыночных исследований.

Самостоятельная подготовка рефератов для раскрытия разновидностей исследований рынков, их содержания и особенностей предполагает использование *научно-исследовательских технологий*.

X. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов, оценочные средства контроля успеваемости и промежуточной аттестации

А. Учебно-методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы студентов

Основным средством самостоятельной работы обучающихся являются подготовка сообщений по темам дисциплины, подготовка к участию в коллективном решении ситуационных задач, подготовка письменного реферата по одной из тем дисциплины.

Показателями эффективности являются:

- подготовка не менее 2 (*двух*) сообщений продолжительностью 10 – 15 мин. каждое по темам дисциплины и выступление с такими сообщениями на семинарах;
- участие в обсуждении сообщений иных обучающихся по не менее чем 2 (*двум*) темам дисциплины;
- подготовка письменного реферата по одной из тем дисциплины объемом не менее ½ авт. л. (20 000 знаков, включая псевдографические знаки)

Обучающийся получает зачет по итогам изучения дисциплины в случае подготовки не менее 2 (*двух*) сообщений продолжительностью 10 – 15 мин. каждое по темам

дисциплины, выступления с такими сообщениями на семинарах и участия в обсуждении сообщений иных обучающихся по не менее чем по 2 (двум) темам дисциплины.

Обучающийся получает зачет по итогам подготовки письменного реферата по одной из тем дисциплины.

Б. Примерный список заданий (тем) для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации:

- 1) Место бухгалтерского, налогового и управленческого учета в инструментарии фундаментального анализа
- 2) Структура, источники формирования и способы измерения активов и пассивов для целей фундаментального анализа компании. Цели дисконтирования активов и пассивов при определении справедливой (внутренней) цены.
- 3) Рабочий капитал и коэффициентный анализ ликвидности компании для целей фундаментального анализа компании.
- 4) Мультипликативный дискриминантный анализ как основа фундаментальных оценок и прогноза устойчивости компании
- 5) Рыночные коэффициенты как элемент фундаментального анализа
- 6) Теоретическое обоснование, инструментарий и способы технического анализа
- 7) Содержание анализа инвестиционного проекта (бизнес-плана). Прогнозирование инвестиционных результатов как важнейший элемент бизнес-планирования

В. Примерный список вопросов для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации

- 1) Объекты макроэкономических исследований
- 2) Соотношение макроэкономических исследований и стратегического планирования
- 3) Макроэкономический анализ и прогноз
- 4) Общая классификация рынков
- 5) Объекты и методы исследований товарного рынка (рынка услуг)
- 6) Исследование товарного рынка (рынка услуг) и продвижение товара (услуги) на рынок
- 7) Состав и содержание предложения по продвижению товара (услуги) на рынок как результат исследования товарного рынка (рынка услуг)
- 8) Порядок оценки активов и пассивов при анализе компании
- 9) Содержание и цели дисконтирования активов и пассивов
- 10) Оценка рабочего капитала компании для целей определения ее устойчивости
- 11) Ликвидность компании и ее коэффициентный анализ
- 12) Порядок мультипликативного дискриминантного анализа компании
- 13) Варианты мультипликативного дискриминантного анализа компании
- 14) Способы оценки рыночной позиции компании
- 15) Теоретические основы технического анализа
- 16) Способы технического анализа.
- 17) Структура инвестиционного проекта (бизнес-плана)
- 18) Порядок формирования инвестиционного проекта (бизнес-плана)
- 19) Последовательность анализа инвестиционного проекта (бизнес-плана)
- 20) Инвестиционный анализ и прогноз
- 21) Инвестиционный анализ и принятие инвестиционных решений

XI. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

А. Основная литература

| № п/п | Автор (ы) | Название книги / статьи | Отв. редактор | Место издания | Издательство | Год издания |
|-------|---|--|---------------|-----------------|--------------|-------------|
| 1 | Бобылева А.З. Пеганова О.М. Жаворонкова Е.Н. Каширова А.В. Кудина М.В. Львова О.А. | Финансовый менеджмент: проблемы и решения. В 2-х т. | Бобылева А.З. | Москва | Юрайт | 2019 |
| 2 | Котлер Ф., Келлер К.Л. | Маркетинг. Менеджмент. Экспресс-курс | - | Санкт-Петербург | Питер | 2016 |
| 3 | Шарп У.Ф. Александрер Г. Дж. Бэйли Дж. В. | Инвестиции | - | Москва | Инфра-М | 2017 |

Б. Дополнительная литература

| № п/п | Автор (ы) | Название книги / статьи | Отв. редактор | Место издания | Издательство | Год издания |
|-------|----------------------|---|---------------|---------------|--------------------------------------|-------------|
| 1 | Райс Э. Траут Дж. | Маркетинг снизу-вверх. От тактики до бизнес-стратегии | - | Москва | Издательский дом «Вильямс» | 2018 |
| 2 | Роджерс К.А. | Технический анализ: курс для начинающих (Reuters для финансистов) | - | Москва | Электронное издание Альпина Паблишер | 2011 |

В. Интернет-ресурсы

www.marketing.rbc.ru – база маркетинговых исследований ЗАО «Росбизнесконсалтинг» за 1995 – 2018 гг.

www.quote.ru – информационный портал по российскому и мировому финансовым рынкам

www.cbonds.ru - информационный портал по российскому рынку облигаций

www.ru.investing.com/technical/ - информационно-аналитический портал агентства Fusion Media Ltd. (технический анализ)

ХП. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютер с доступом в интернет, принтер и ксерокс для обеспечения обучающихся раздаточным материалом.

Утверждена на заседании кафедры финансового менеджмента факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова «26» апреля 2018 г., протокол № 9