

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан строительного факультета

 /Д.В. Панфилов/

_____ 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Рынок строительных материалов и изделий»

Направление подготовки 08.04.01 Строительство

Профиль Судебная строительно-техническая и стоимостная экспертиза
объектов недвижимости и строительных материалов

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 4 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2025

Автор программы

И.о. заведующего кафедрой
Технологии строительных
материалов, изделий и
конструкций

 И.И. Акулова

 А.М. Усачев

Руководитель ОПОП

 В.М. Круглякова

Воронеж 2025

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели дисциплины

обучение современным методам исследования рынка строительных материалов, технологиям сбора, обработки и систематизации аналитических данных, оценки конкурентоспособности строительных материалов и изделий

1.2. Задачи освоения дисциплины

- изучение особенностей и этапов жизненного цикла строительных изделий и конструкций;
- изучение особенностей формирования рынка строительных материалов;
- изучение технологий сбора, обработки и систематизации аналитических данных о рынке строительных материалов;
- изучение способов и показателей оценки состояния конкурентной среды и ценовой ситуации на рынке строительных материалов;
- изучение методов оценки конкурентоспособности строительных материалов и производителей

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Рынок строительных материалов и изделий» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) блока Б1.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Рынок строительных материалов и изделий» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-3 - Способен использовать информационные технологии для сбора, хранения и обработки справочных и иных информационных ресурсов, содержащих аналитические данные о рынке недвижимости и строительных материалов

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
ПК-3	знать способы сбора и обработки аналитических данных о рынке строительных материалов
	уметь применять информационные технологии для сбора данных для анализа состояния рынка строительных материалов
	владеть методиками обработки информации для проведения анализа рынка строительных материалов

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Рынок строительных материалов и изделий» составляет 4 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий
очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		3
Аудиторные занятия (всего)	36	36
В том числе:		
Лекции	18	18
Практические занятия (ПЗ)	18	18
Самостоятельная работа	108	108
Курсовая работа	+	+
Виды промежуточной аттестации - зачет	+	+
Общая трудоемкость:		
академические часы	144	144
зач.ед.	4	4

заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		3
Аудиторные занятия (всего)	8	8
В том числе:		
Лекции	4	4
Практические занятия (ПЗ)	4	4
Самостоятельная работа	132	132
Курсовая работа	+	+
Часы на контроль	4	4
Виды промежуточной аттестации - зачет	+	+
Общая трудоемкость:		
академические часы	144	144
зач.ед.	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Цель и задачи курса «Рынок строительных материалов и изделий»	Цели, задачи, предмет и объект курса, его взаимосвязь с другими дисциплинами учебного плана. Основная и дополнительная литература, необходимая для освоения курса.	2	-	18	20

2	Рынок строительной продукции, его особенности и структура	Особенности и жизненный цикл строительных изделий и конструкций. Особенности формирования и структура рынка строительных материалов. Методы сегментации рынка	2	2	18	22
3	Концептуальные подходы и технология исследований рынка строительных материалов	Основные направления и объекты анализа рынка строительных материалов. Общие концептуальные подходы и технология исследования рынка. Информационное обеспечение исследования: источники, потоки и организация сбора аналитической информации о рынке. Традиционные технологии в исследовании рынка строительных материалов: кабинетное исследование и опрос. Различные формы анкетирования, особенности разработки анкеты. Методы формирования выборки для проведения опросов. Современные методы исследований рынка строительных материалов: SWOT-анализ, ABC – анализ, PEST-анализ, маркетинговый аудит, бенчмаркетинг, store – check, hall test, CATI, контекстуальные исследования, маркетинговый аудит, компьютерная имитация. Критерии выбора метода исследований рынка	6	4	18	28
4	Комплексный анализ и прогнозирование развития рынка строительных материалов	Способы определения емкости рынка регионального рынка строительных материалов Современные подходы к оценке рыночной доли производителей стройматериалов. Методологические подходы к определению потребностей в строительных материалах и изделиях. Применение метода трендовой экстраполяции в прогнозировании предложения на рынке строительных материалов	2	4	18	24

5	Анализ конкурентной среды и ценовой ситуации на рынке	Способы определения влияния конкуренции. Методика выявления реальных конкурентов. Анализ конкурентной позиции предприятия. Оценка степени монополизации рынка. Анализ ценовой ситуации на рынке.	2	4	18	24
6	Методы и показатели оценки конкурентоспособности строительных материалов и производителей	Сущность и параметры конкурентоспособности строительных материалов, изделий и конструкций. Алгоритм и способы оценки конкурентоспособности, относительный и интегральный показатели конкурентоспособности. Определение конкурентоспособности производителей строительных материалов на основе рейтинговых оценок.	4	4	18	26
Итого			18	18	108	144

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Цель и задачи курса «Рынок строительных материалов и изделий»	Цели, задачи, предмет и объект курса, его взаимосвязь с другими дисциплинами учебного плана. Основная и дополнительная литература, необходимая для освоения курса.	-	-	22	22
2	Рынок строительной продукции, его особенности и структура	Особенности и жизненный цикл строительных изделий и конструкций. Особенности формирования и структура рынка строительных материалов. Методы сегментации рынка	-	-	22	22
3	Концептуальные подходы и технология исследований рынка строительных материалов	Основные направления и объекты анализа рынка строительных материалов. Общие концептуальные подходы и технология исследования рынка. Информационное обеспечение исследования: источники, потоки и организация сбора аналитической информации о рынке. Традиционные технологии в исследовании рынка строительных материалов: кабинетное исследование и опрос. Различные формы	1	1	22	24

		анкетирования, особенности разработки анкеты. Методы формирования выборки для проведения опросов. Современные методы исследований рынка строительных материалов: SWOT-анализ, ABC – анализ, PEST-анализ, маркетинговый аудит, бенчмаркетинг, store – check, hall test, CATI, контекстуальные исследования, маркетинговый аудит, компьютерная имитация. Критерии выбора метода исследований рынка				
4	Комплексный анализ и прогнозирование развития рынка строительных материалов	Способы определения емкости рынка регионального рынка строительных материалов. Современные подходы к оценке рыночной доли производителей стройматериалов. Методологические подходы к определению потребностей в строительных материалах и изделиях. Применение метода трендовой экстраполяции в прогнозировании предложения на рынке строительных материалов	1	1	22	24
5	Анализ конкурентной среды и ценовой ситуации на рынке	Способы определения влияния конкуренции. Методика выявления реальных конкурентов. Анализ конкурентной позиции предприятия. Оценка степени монополизации рынка. Анализ ценовой ситуации на рынке.	1	1	22	24
6	Методы и показатели оценки конкурентоспособности строительных материалов и производителей	Сущность и параметры конкурентоспособности строительных материалов, изделий и конструкций. Алгоритм и способы оценки конкурентоспособности, относительный и интегральный показатели конкурентоспособности. Определение конкурентоспособности производителей стройматериалов на основе рейтинговых оценок.	1	1	22	24
Итого			4	4	132	140

5.2 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины предусматривает выполнение курсовой работы в 3 семестре для очной формы обучения, в 3 семестре для заочной формы обучения.

Примерная тематика курсовой работы: «Анализ рынка сухих строительных смесей»»

Задачи, решаемые при выполнении курсовой работы:

- ♦ изучить требования нормативных документов к конкретному виду строительных материалов или группе материалов, изложить основные свойства материала, обозначить его области применения;
- ♦ выполнить оценку потенциальной емкости, а также анализ динамики и структуры отечественного и (или) регионального рынков рассматриваемого в КР вида строительных материалов;
- ♦ провести анализ конкурентной среды и ценовой ситуации на рынке строительных материалов;
- ♦ выполнить оценку конкурентоспособности строительных материалов различных производителей;
- ♦ определить основные тенденции развития рынка строительных материалов конкретного вида.

Курсовая работа включает в себя расчетно-пояснительную записку.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

7.1.1 Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
ПК-3	знать способы сбора и обработки аналитических данных о рынке строительных материалов	Посещение лекций и практических занятий, выполнение заданий на практических занятиях, выполнение курсовой работы в соответствии с графиком	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

	уметь применять информационные технологии для сбора данных для анализа состояния рынка строительных материалов	Посещение практических занятий, выполнение заданий на практических занятиях, выполнение курсовой работы в соответствии с графиком	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	владеть методиками обработки информации для проведения анализа рынка строительных материалов	Посещение практических занятий, выполнение заданий на практических занятиях, выполнение курсовой работы в соответствии с графиком	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 3 семестре для очной формы обучения, 3 семестре для заочной формы обучения по двухбалльной системе:

«зачтено»

«не зачтено»

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Зачтено	Не зачтено
ПК-3	знать способы сбора и обработки аналитических данных о рынке строительных материалов	Тест	Выполнение теста на 70-100%	Выполнение менее 70%
	уметь применять информационные технологии для сбора данных для анализа состояния рынка строительных материалов	Решение стандартных практических задач	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	владеть методиками обработки информации для проведения анализа рынка строительных материалов	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

7.2 Примерный перечень оценочных средств (типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

1. К факторам, воздействующим на объем предложения строительных материалов и изделий на рынке, относятся

- 1) налоговая среда;
- 2) цена товара;
- 3) количество производителей;
- 4) все перечисленное.

2. Представленное на рынке строительных материалов потребное количество продуктов, обеспеченное покупательной способностью, определяет

- 1) динамику производства;
- 2) предложение;
- 3) обмен;
- 4) спрос.

3. Метод конкурентной борьбы, в основу которого положено достижение более высокого качества, называется

- 1) качественной конкуренцией;
- 2) ценовой конкуренцией;
- 3) монополистической конкуренцией;
- 4) свободной конкуренцией

4. Целью исследования потребителей строительных материалов, изделий и конструкций является

- 1) сегментирование рынка и выбор целевого рынка;
- 2) определение тенденций развития рынка;
- 3) получение необходимых данных для обеспечения конкурентных преимуществ производителя;
- 4) определение направлений повышения конкурентоспособности продукта

5. Изучение деятельности конкурентов осуществляется с целью

- 1) следования за преуспевающими конкурентами;
- 2) снижения конкуренции путем производства товаров, отличных от товаров конкурента;
- 3) оценки ценовой ситуации на рынке;
- 4) получения конкурентных преимуществ

6. Новые факты и цифры, которые собраны специально для конкретного исследования рынка, называются:

- 1) данными опросов;
- 2) данными исследования;
- 3) вторичными данными;
- 4) первичными данными.

7. Вторичные данные, используемые для анализа рынка - это:

- 1) перепроверенная информация;
- 2) второстепенная информация;
- 3) информация, полученная из посторонних источников;
- 4) информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная для других целей;

8. Метод сбора первичных данных путем установления контактов с объектами исследования называется:

- 1) опрос;
- 2) имитация;
- 3) эксперимент;
- 4) наблюдение.

9. Недостатком свободного интервью считается

- 1) невозможность получения дополнительной информации;
- 2) возможное снижение точности полученной информации;
- 3) высокие требования к квалификации исполнителей;
- 4) сложность обработки данных и высокий уровень затрат на исследования.

10. Метод исследования, предполагающий многократный опрос интересующей группы покупателей или наблюдение за развитием сбыта в определённой группе предприятий торговли через равные промежутки времени, называется:

- 1) панель;
- 2) гипотеза;
- 3) случайная выборка;
- 4) фокус-группа.

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

1. Опрос не может быть проведен:

- 1) по телефону;
- 2) путем наблюдения;
- 3) по почте;
- 4) по Интернету

2. Первым шагом при формировании репрезентативной выборки является

- 1) определение субъектов генеральной совокупности;
- 2) выбор метода маркетингового исследования;
- 3) выбор метода формирования выборки;
- 4) определение размера выборки

3. Оценка емкости рынка строительных материалов относится к разделу комплексного исследования, связанного с изучением

- 1) товара;
- 2) рынка;
- 3) потребителей;
- 4) конкурентов.

4. Анализ объема продаж проводится в рамках:

- 1) изучения поведения потребителей;
- 2) диагностики микросреды фирмы;
- 3) анализа конкурентной среды;
- 4) анализа издержек производства и прибыли.

5. SWOT-анализ это оценка

- 1) сильных сторон, слабостей, угроз и возможностей предприятия;
- 2) сильных сторон, внутренних проблем, внешних угроз и рисков предприятия;
- 3) силы, слабостей, рисков и конкурентов предприятия;
- 4) силы, слабостей, угроз и перспектив развития предприятия.

6. Степень монополизации рынка не может оцениваться

- 1) коэффициентом рыночной концентрации;
- 2) коэффициентом относительной концентрации;
- 3) индексом относительного роста числа конкурентов;
- 4) индексом Херфиндаля-Хиршмана;

7. Процесс изучения опыта отраслевых производителей-лидеров называется:

- 1) бенчмаркетингом;
- 2) брендингом;
- 3) аутсорсингом;

4) мерчандайзингом

8. Оценку конкурентоспособности строительных материалов, изделий и конструкций следует начинать с

- 1) выбора способа расчета показателей конкурентоспособности;
- 2) проведения маркетинговых исследований рынка;
- 3) определения перечня оцениваемых параметров продукции;
- 4) выбора базы сравнения продуктов.

9. Обязательным условием конкурентоспособности стройматериалов является их соответствие

- 1) техническим параметрам;
- 2) потребительским параметрам;
- 3) нормативным параметрам;
- 4) экономическим параметрам.

10. Интегральный показатель конкурентоспособности стройматериалов показывает

- 1) взаимосвязь единичного показателя конкурентоспособности продукции с затратами на производство;
- 2) величину затрат, приходящуюся на единицу полезного эффекта;
- 3) соотношение технического уровня продукта и его продажной цены;
- 4) какое количество единиц полезного эффекта получит потребитель на единицу затрат.

7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

1. При случайном (бесповторном) отборе необходимая численность выборки

определяется по формуле
$$n = \frac{t^2 \delta^2 N}{N \Delta^2 + t^2 \delta^2}, \text{ где } \Delta$$

- 1) численность потребителей целевого сегмента;
- 2) предельная ошибка выборки;
- 3) дисперсия выборочной группы потребителей;
- 4) коэффициент доверия

2. Упрощенный контроль за качеством работ с помощью записи всех интервью, а также возможность проведения опросов в удаленных населенных пунктах являются достоинствами метода сбора информации

- 1) САТІ;
- 2) сторчек;
- 3) контекстуальных исследований;
- 4) компьютерной имитации

3. Емкость рынка стройматериалов рассчитывается по формуле

- 1) $E = ОП + Э + И$;
- 2) $E = ОП + И - Э$;
- 3) $E = ОП - Э - И$;
- 4) $E = ОП + И$

где ОП - объем производства товара; Э – объем экспорта товара; И - объем импорта товара.

4. Рыночную долю крупного производителя строительных материалов целесообразно определять по схеме

- 1) $Д = \frac{P_n}{P_o} \cdot 100\%$

- 2) $D = \frac{Q_p}{E} \cdot 100\%$
- 3) $D = \frac{E}{Q_p} \cdot 100\%$
- 4) $D = \frac{Q_p}{Q_o} \cdot 100\%$

где Q_p и Q_o – объемам продаж в натуральных единицах соответственно предприятия и по отрасли; P_p и P_o – объемам продаж в стоимостном выражении соответственно предприятия и по отрасли; E – емкость рынка

5. При определении доминирующего положения монополии на рынке по схеме

$$d_k = \frac{\sum_{i=1}^4 Q_i}{Q_o} \text{ рассчитывается}$$

- 1) доля концентрации;
- 2) индекс степени монополизации А. Лернера;
- 3) индекс Херфиндаля-Хиршмана;
- 4) степень насыщения

6. Согласно индексу Херфиндаля-Хиршмана безопасным с точки зрения монополизации является рынок строительных материалов, состоящий из

- 1) 3 и более конкурирующих производителей;
- 2) 5 и более конкурирующих производителей;
- 3) 7 и более конкурирующих производителей;
- 4) 10 и более конкурирующих производителей

7. При разбиении совокупности клиентов предприятия промышленности строительных материалов на три группы с использованием метода ABC-анализа следует учитывать, что категория клиентов группы С может приносить предприятию доход порядка

- 1) 75 %;
- 2) 50 %;
- 3) 20 %;
- 4) 5 %

8. В процедуре оценки конкурентоспособности стройматериалов при определении значимости потребительских (M_{pi}) и экономических ($M_{эi}$) свойств для потребителя сумма весов должна равняться

- 1) 0
- 2) 1
- 3) 10
- 4) 100

9. По формуле $Q_{nj} = \sum_{i=1}^n k_{ij}^n \cdot M_{ni}$ рассчитывается

- 1) сводный индекс конкурентоспособности продукта по потребительским свойствам;
- 2) единичный показатель конкурентоспособности продукта по i – тому потребительскому свойству;
- 3) показатель значимости i – того потребительского свойства продукта;
- 4) относительный показатель конкурентоспособности продукции

10. При оценке конкурентоспособности строительных материалов и изделий

отношением $\Pi_{kj} = \frac{Q_{nj}}{Q_{эj}}$ рассчитывается

- 1) интегральный показатель конкурентоспособности;
- 2) относительный показатель конкурентоспособности;
- 3) интегральный показатель качества;
- 4) групповой индекс конкурентоспособности

7.2.5 Примерный перечень вопросов к зачету

1. Основные особенности строительных материалов, изделий и конструкций
2. Жизненный цикл строительных материалов и изделий
3. Региональный рынок строительных материалов: понятие и особенности
4. Рынки местных и привозных строительных материалов и изделий
5. Сегментация рынка, ее основные задачи и этапы.
6. Критерии сегментации рынков продукции производственного назначения.
7. Особенности сегментации рынка строительных материалов
8. Методы рыночной сегментации: метод группировок и метод многомерной классификации
9. Проблема выбора целевых сегментов и основные подходы к их освоению
10. Основные направления анализа рынка строительных материалов.
11. Общие концептуальные подходы и технология исследования рынка.
12. Источники и потоки аналитических данных при исследовании рынка стройматериалов.
13. Основные подходы к формированию репрезентативной выборки.
14. Традиционные методы исследований рынка: наблюдение, эксперимент, опрос.
15. Современные технологии исследования рынка: SWOT-анализ, ABC – анализ, PEST-анализ.
16. Сущность и инструменты бенчмаркетинга
17. Методы исследования рынка B2B: *store – check, hall test, CATI*, компьютерная имитация.
18. Определение емкости рынка строительных материалов на основе объемов производства и нормам потребления
19. Определение емкости рынка строительных материалов на основе объемов продаж и по предыдущему периоду
20. Современные подходы к оценке рыночной доли производителя стройматериалов
21. Прогнозирование региональных потребностей в строительных материалах и изделиях на основе метода трендовой экстраполяции
22. Показатели степени монополизации рынка строительных материалов
23. Анализ ценовой ситуации на рынке
24. Сущность и параметры конкурентоспособности строительных материалов, изделий и конструкций.
25. Алгоритм и способы оценки конкурентоспособности стройматериалов.
26. Методика расчета интегрального показателя конкурентоспособности строительных материалов и изделий
27. Методика расчета относительного показателя конкурентоспособности стройматериалов

28. Определение конкурентоспособности производителя строительных материалов на основе рейтинговых оценок.

7.2.5 Примерный перечень заданий для подготовки к экзамену

Не предусмотрено учебным планом

7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Зачет проводится по тестам. Каждый правильный ответ на вопрос в тесте оценивается 1 баллом. Максимальное количество набранных баллов – 25.

1. Оценка «Незачтено» ставится в случае, если студент набрал менее 17 баллов.

2. Оценка «Зачтено» ставится в случае, если студент набрал 17 и более баллов.

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Цель и задачи курса «Рынок строительных материалов и изделий»	ПК-3	Тест Курсовая работа Зачет
2	Рынок строительной продукции, его особенности и структура	ПК-3	Тест Курсовая работа Зачет
3	Концептуальные подходы и технология исследований рынка строительных материалов	ПК-3	Тест Курсовая работа Зачет
4	Комплексный анализ и прогнозирование развития рынка строительных материалов	ПК-3	Тест Курсовая работа Зачет
5	Анализ конкурентной среды и ценовой ситуации на рынке	ПК-3	Тест Курсовая работа Зачет
6	Методы и показатели оценки конкурентоспособности строительных материалов и производителей	ПК-3	Тест Курсовая работа Зачет

Тестирование осуществляется с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется проверка теста экзаменатором и выставляется оценка согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение стандартных задач осуществляется с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется

оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Защита курсовой работы согласно требованиям, предъявляемым к работе, описанным в методических материалах. Примерное время защиты на одного студента составляет 20 мин.

8 УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Заздравных А.В., Бойцова Е.Ю. Экономика отраслевых рынков: учебник и практикум / Сер. 76 Высшее образование. (2-е изд.) Москва, 2024. 359 с. <http://urait.ru>book/ekonomika-otraslevyh-rynkov-511798>
2. Федорова А.Ю., Экономика отраслевых рынков: уч.пособие, 2-е издание, измененное и дополненное / А.Ю. Федорова; под ред. проф. С.Б. Смирнова. – СПб: Университет ИТМО, 2016. – 89 с. Режим доступа: <http://books.ifmo.ru>file/pdf/1936.pdf>
3. Пыженкова Е.С. Анализ состояния и развития отраслевых рынков: учебно-методическое пособие / ГИЭФИТ; Сост.: Е.С. Пыженкова. – Гатчина, 2022. 66 с. <http://gief.ru>uploads/siteimages/docs/studentu/biblio/...>
4. Акулова И.И. Новые технологии маркетинговых исследований: Учебно-методическое пособие для магистрантов направления 08.04.01-Строительство программы «Маркетинг строительных материалов, изделий и конструкций» - Воронеж Издательско-полиграфический центр «Научная книга, 2019. – 91 с.
5. Маркетинговые исследования рынка строительной продукции: Метод. указания по выполнению курсовой работы для магистрантов направления 08.04.01 – «Строительство» программа «Маркетинг строительных материалов, изделий и конструкций» / ВГТУ; Сост.: И.И. Акулова. – Воронеж, 2017. 26 с.
5. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование. Информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. - Москва: Финансы и статистика, 2014. 320 с., <http://www.iprbookshop.ru/18814>

8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. Электронный ресурс <http://www.iprbookshop.ru>

2. Российская ассоциация маркетинга <http://www.ram.ru/>
3. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.
4. Федеральный строительный портал «Стройка.ру». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stroyka.ru/>.
5. Индикатор рынка строительных материалов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://irms.ru>.
- 6.. Информационный портал ТОРГОВО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ РЫНОК РОССИИ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.str-rinok.ru
7. Информационно-аналитический портал. [Электронный ресурс], – Режим доступа: <http://businessstat.ru>.
8. Агентство строительной информации – маркетинговые исследования. [Элек-тронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bestresearch>.
9. Информационно-аналитический портал iCement.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.iCement.ru
10. Информационный портал «Про-цемент.ру». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.procement.ru.
11. Портал о бетоне «Весь бетон». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.allbeton.ru/>.
12. AUP.Ru - Бизнес-портал менеджеров, маркетологов, экономистов и финансистов, Российский рынок керамической плитки. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/news/2011/09/16/5401.html>.

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Компьютерный класс, презентационное оборудование

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По дисциплине «Рынок строительных материалов и изделий» читаются лекции, проводятся практические занятия, выполняется курсовая работа.

Основой изучения дисциплины являются лекции, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе.

Практические занятия направлены на приобретение практических навыков анализа рынка строительных материалов, сбора и обработки необходимой аналитической информации. Занятия проводятся путем решения конкретных задач в аудитории.

Методика выполнения курсовой работы изложена в методических материалах. Выполнять этапы курсовой работы должны своевременно и в установленные сроки.

Контроль усвоения материала дисциплины производится проверкой курсовой работы, защитой курсовой работы.

Вид учебных занятий	Деятельность студента
---------------------	-----------------------

Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.
Практическое занятие	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, выполнение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоения учебного материала и развитию навыков самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие: - работа с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций; - выполнение домашних заданий и расчетов; - работа над темами для самостоятельного изучения; - участие в работе студенческих научных конференций, олимпиад; - подготовка к промежуточной аттестации.
Подготовка к промежуточной аттестации	Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начинаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед зачетом три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Перечень вносимых изменений	Дата внесения изменений	Подпись заведующего кафедрой, ответственной за реализацию ОПОП
----------	-----------------------------	----------------------------	--