

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА
КАФЕДРА «БИЗНЕС-ТЕХНОЛОГИИ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ
СЕМИНАРА ПО ДИСЦИПЛИНЕ
СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ОТРАСЛИ**

(наименование учебной дисциплины по учебному плану)

(шифр дисциплины по учебному плану)

бакалавр по направлению «6В11301–Логистика»

*(наименование и шифр образовательной программы в рамках
дисциплины)*

Алматы 2021 г.

Составитель:

Преподаватель кафедры «Бизнес-технологии»

Асанова Арайлым Данаевна

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

Методические рекомендации и программа по проведению семинара по дисциплине "Системный анализ отрасли" рассмотрены и утверждены на заседании кафедры "Бизнес-технологии".

Протокол № _____ « ____ » _____ 20__ ж.

Методические рекомендации к выполнению заданий семинарских занятий по дисциплине «Системный анализ отрасли»

Семинар-1. Эволюция развития системного анализа

Форма проведения занятия – Мозговой штурм.

Форма оценки знаний: по критериям (всего 14 баллов)

Литература для подготовки:

1. X.J. Kennedy. D.M. Kennedy (2011), The Bedford Guide for College Writers with Reader, Research manual and Handbook, 9 ed, by Bedford/St. Martin's,
2. Adrian Wallwork (2011), English for Writing Research Papers, Springer Science+Business Media, LLC 2011
3. Корнев Г.Н. Системный экономический анализ: теория и алгоритмы / Г.Н.Корнев Г.Н., В.Б.Яковлев. Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013
4. Казакова Н.А. Маркетинговый анализ. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 240 с. 8. Карпова С.В., Мхитарян С.В., Русин В.Н. Маркетинговый анализ. Теория и практика: Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2018. – 181 с.
5. Семенов Н.А. Маркетинговый анализ деятельности предприятия. – М.: Дашков и К, 2013.

Основные вопросы:

1. Основные понятия и определения системного анализа
2. Сущностные признаки системного анализа
3. Связь системного анализа с другими научными дисциплинами

Семинар-2 Совокупность методов и средств, представляющих системный анализ

Форма проведения занятия – Интерактивное занятие

Форма оценки знаний: по критериям (всего 14 баллов)

Литература для подготовки:

1. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: Учебник и практикум / А.П. Карасев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 323 с.
2. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 392 с.

Основные вопросы:

1. Роль системного подхода в управлении отраслью
2. Системный анализ в исследовании социальных и экономических процессов
3. Функции и задачи системного анализа

Семинар-3. Изучить сущность и значение системного анализа в экономике

Форма проведения занятия – Интерактивное занятие

Форма оценки знаний: по критериям (всего 14 баллов)

Литература для подготовки:

1. Adrian Wallwork (2011), English for Writing Research Papers, Springer Science+Business Media, LLC 2011
2. Корнев Г.Н. Системный экономический анализ: теория и алгоритмы / Г.Н.Корнев Г.Н., В.Б.Яковлев. Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013
3. Казакова Н.А. Маркетинговый анализ. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 240 с. 8. Карпова С.В., Мхитарян С.В., Русин В.Н. Маркетинговый анализ. Теория и практика: Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2018. – 181 с. Семенов Н.А.

Основные вопросы:

1. Принципы системного анализа
2. Методы системного анализа отраслевой деятельности
3. Программные методы в системном анализе

Семинар-4. Выбор конкретных методов системного анализа

Форма проведения занятия – Интерактивное занятие.

Форма оценки знаний: по критериям (всего 14 баллов)

Литература для подготовки:

1. Казакова Н.А. Маркетинговый анализ. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 240 с. 8. Карпова С.В., Мхитарян С.В., Русин В.Н. Маркетинговый анализ. Теория и практика: Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2018. – 181 с.
2. Семенов Н.А. Маркетинговый анализ деятельности предприятия. – М.: Дашков и К, 2013.
3. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: Учебник и практикум / А.П. Карасев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 323 с.

4. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 392 с.

Основные вопросы:

1. Экономико-математическое моделирование
2. Математико-статистическое моделирование
3. Метод корреляционно-регрессионного анализа

Семинар-5. Процессы, происходящие в информационной системе.

Форма проведения занятия – Интерактивное занятие.

Форма оценки знаний: по критериям (всего 14 баллов)

Литература для подготовки:

4. Adrian Wallwork (2011), English for Writing Research Papers, Springer Science+Business Media, LLC 2011
5. Корнев Г.Н. Системный экономический анализ: теория и алгоритмы / Г.Н.Корнев Г.Н., В.Б.Яковлев. Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013
6. Казакова Н.А. Маркетинговый анализ. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 240 с. 8. Карпова С.В., Мхитарян С.В., Русин В.Н. Маркетинговый анализ. Теория и практика: Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2018. – 181 с. Семенов Н.А.

Основные вопросы:

1. Классификация моделей
2. Классификация методов системного анализа

Семинар-6. Анализ данных. Статистические методы

Форма проведения занятия – Консультация.

Форма оценки знаний: по критериям (всего 14 баллов)

Литература для подготовки:

1. Казакова Н.А. Маркетинговый анализ. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 240 с. 8. Карпова С.В., Мхитарян С.В., Русин В.Н. Маркетинговый анализ. Теория и практика: Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2018. – 181 с.

2. Семенов Н.А. Маркетинговый анализ деятельности предприятия. – М.: Дашков и К, 2013.
3. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: Учебник и практикум / А.П. Карасев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 323 с.
4. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 392 с.

Основные вопросы:

1. Процессы в информационной системе
2. Виды информационных потоков
3. Информационное обеспечение

Семинар-7. Реализация системного подхода в маркетинге

Форма проведения занятия – Беседа.

Форма оценки знаний: по критериям (всего 14 баллов)

Литература для подготовки:

1. Казакова Н.А. Маркетинговый анализ. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 240 с. 8. Карпова С.В., Мхитарян С.В., Русин В.Н. Маркетинговый анализ. Теория и практика: Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2018. – 181 с.
2. Семенов Н.А. Маркетинговый анализ деятельности предприятия. – М.: Дашков и К, 2013.
3. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: Учебник и практикум / А.П. Карасев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 323 с.
4. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 392 с.

Основные вопросы:

1. Особенности организации и методики текущего анализа отраслевой деятельности
2. Особенности организации и методики оперативного и перспективного(прогнозного) анализа отраслевой деятельности

Семинар-8. Особенности системного подхода банковской сфере

Форма проведения занятия – Беседа.

Форма оценки знаний: по критериям (всего 14 баллов)

Литература для подготовки:

1. X.J. Kennedy. D.M. Kennedy (2011), The Bedford Guide for College Writers with Reader, Research manual and Handbook,. 9 ed, by Bedford/St. Martin's,
2. Adrian Wallwork (2011), English for Writing Research Papers, Springer Science+Business Media, LLC 2011
3. Корнев Г.Н. Системный экономический анализ: теория и алгоритмы / Г.Н.Корнев Г.Н., В.Б.Яковлев. Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013
4. Казакова Н.А. Маркетинговый анализ. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 240 с. 8. Карпова С.В., Мхитарян С.В., Русин В.Н. Маркетинговый анализ. Теория и практика: Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2018. – 181 с.
5. Семенов Н.А. Маркетинговый анализ деятельности предприятия. – М.: Дашков и К, 2013.

Основные вопросы:

1. Особенности организации и методики отраслевого анализа народнохозяйственных комплексных программ
2. Особенности организации и методики регионального анализа народнохозяйственных комплексных программ

Семинар-9. Основные методы проведения системного отраслевого анализа позиций бизнеса

Форма проведения занятия – Экспертное заключение.

Форма оценки знаний: по критериям (всего 14 баллов)

Литература для подготовки:

1. Казакова Н.А. Маркетинговый анализ. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 240 с. 8. Карпова С.В., Мхитарян С.В., Русин В.Н. Маркетинговый анализ. Теория и практика: Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2018. – 181 с.
2. Семенов Н.А. Маркетинговый анализ деятельности предприятия. – М.: Дашков и К, 2013.
3. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: Учебник и практикум / А.П. Карасев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 323 с.

4. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 392 с.

Основные вопросы:

1. Сущность системного анализа сбытовой политики отрасли
2. Особенности системного анализа сбытовой политики отрасли

Семинар-10. Основные методы проведения отраслевого системного анализа.

Форма проведения занятия – Кейс.

Форма оценки знаний: по критериям (всего 14 баллов)

Литература для подготовки:

1. X.J. Kennedy. D.M. Kennedy (2011), The Bedford Guide for College Writers with Reader, Research manual and Handbook,. 9 ed, by Bedford/St. Martin's,
2. Adrian Wallwork (2011), English for Writing Research Papers, Springer Science+Business Media, LLC 2011
3. Корнев Г.Н. Системный экономический анализ: теория и алгоритмы / Г.Н.Корнев Г.Н., В.Б.Яковлев. Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013
4. Казакова Н.А. Маркетинговый анализ. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 240 с. 8. Карпова С.В., Мхитарян С.В., Русин В.Н. Маркетинговый анализ. Теория и практика: Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2018. – 181 с.

Основные вопросы:

1. Системный отраслевой анализ сегментации рынка.
2. Инструментарий системного анализа сегментации отрасли

Семинар-11. Основные методы реализации регионального системного анализа народнохозяйственных комплексных программ

Форма проведения занятия – Подготовка презентации по теме

Форма оценки знаний: по критериям (всего 14 баллов)

Литература для подготовки:

1. Семенов Н.А. Маркетинговый анализ деятельности предприятия. – М.: Дашков и К, 2013.
2. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: Учебник и практикум / А.П. Карасев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 323 с.
3. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 392 с.
4. Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал и интернет-источники, используемые для выполнения заданий лекций, семинаров, СРС, будут доступны на вашей странице в системе СДО Moodle

Основные вопросы:

1. Системный отраслевой анализ позиций бизнеса: SWOT - анализ;
 2. Системный отраслевой анализ позиций бизнеса: матрица Бостонской консалтинговой группы;
- Системный отраслевой анализ позиций бизнеса: GAP - а

Семинар-12. Этапы принятия управленческих решений в системном анализе

Форма проведения занятия – Интерактивное занятие.

Форма оценки знаний: по критериям (всего 14 баллов)

Литература для подготовки:

1. X.J. Kennedy. D.M. Kennedy (2011), The Bedford Guide for College Writers with Reader, Research manual and Handbook,. 9 ed, by Bedford/St. Martin's,
2. Adrian Wallwork (2011), English for Writing Research Papers, Springer Science+Business Media, LLC 2011
3. Корнев Г.Н. Системный экономический анализ: теория и алгоритмы / Г.Н.Корнев Г.Н., В.Б.Яковлев. Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013
4. Казакова Н.А. Маркетинговый анализ. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 240 с. 8. Карпова С.В., Мхитарян С.В., Русин В.Н. Маркетинговый анализ. Теория и практика: Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2018. – 181 с.

Основные вопросы:

1. Методы продвижения товара на отраслевых рынках.
2. Система товародвижения.
3. Стратегии и охват продвижения продукции на рынках.