

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра «Коммерции и организации экономической деятельности»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.11.01 Рынки потребительских товаров

Направление подготовки (специальность): __ 38.03.06 «Торговое дело»

Профиль подготовки (специализация): Коммерция в АПК

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения _____ заочная _____

1. Цели освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Рынки потребительских товаров» является освоение знаний о закономерностях формирования и развития рынков потребительских товаров и услуг в современных условиях.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Рынки потребительских товаров» включена в профессиональный цикл, вариативную часть в качестве дисциплины по выбору. Требования к предшествующим знаниям представлены в таблице 2.1. Перечень дисциплин, для которых дисциплина «Рынки потребительских товаров» основополагающей представлены в табл. 2.2.

Таблица 2.1. Требования к пререквизитам дисциплины

Дисциплина	Раздел
Коммерческая деятельность	2. Управление коммерческой деятельностью организации 3. Материально-техническое и товарное обеспечение коммерческой деятельности организации

Таблица 2.2. Требования к постреквизитам дисциплины

Дисциплина	Раздел
Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка	1. Основы организации коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Таблица 3.1 – Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине и планируемых результатов освоения образовательной программы

Индекс и содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую	1 этап: потребностей покупателей товаров, формируемых с помощью маркетинговых коммуникаций; 2 этап: методы анализа и прогнозирования спроса	1 этап: анализировать современное состояние мирового и отечественного потребительского рынка товаров и услуг; 2 этап: применять полученные знания в практической деятельности	1 этап: специальной терминологией; 2 этап: информацией о состоянии мирового и отечественного потребительского рынка конкретной группы товаров, основных тенденциях его развития

информацию, конъюнктуру товарного рынка			
---	--	--	--

4. Объем дисциплины

Объем дисциплины «Рынки потребительских товаров» составляет 3 зачетных единицы (108 академических часов), распределение объема дисциплины на контактную работу обучающихся с преподавателем (КР) и на самостоятельную работу обучающихся (СР) по видам учебных занятий и по периодам обучения представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение объема дисциплины по видам учебных занятий и по периодам обучения, академические часы

№ п/п	Вид учебных занятий	Итого КР	Итого СР	Семестр №9	
				КР	СР
1	2	3	4	7	8
1	Лекции (Л)	4		4	
2	Лабораторные работы (ЛР)				
3	Практические занятия (ПЗ)				
4	Семинары(С)	6		6	
5	Курсовое проектирование (КП)				
6	Рефераты (Р)				
7	Эссе (Э)				
8	Индивидуальные домашние задания (ИДЗ)				
9	Самостоятельное изучение вопросов (СИВ)		48		48
10	Подготовка к занятиям (ПкЗ)		48		48
11	Промежуточная аттестация	2		2	
12	Наименование вида промежуточной аттестации)	х	х	зачет	
13	Всего	12	96	12	96

5.1. Структура и содержание дисциплины

Дисциплина «Рынки потребительских товаров» состоит из 3 модулей. Структура дисциплины представлена в таблице 5.1.

№ п/п	Наименования разделов и тем	Семестр	Объем работы по видам учебных занятий, академические часы										Коды формируемых компетенций
			лекции	лабораторная работа	практические занятия	семинары	курсовое проектирование	рефераты (эссе)	индивидуальные домашние задания	самостоятельное изучение вопросов	подготовка к занятиям	промежуточная аттестация	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.	Модуль 1 Теоретико-методологические основания исследования рынка продовольственных товаров	9	2	х	х	4	х	х	х	20	20	х	ПК-3
1.1.	Модульная единица 1 Предмет, методология, научные методы и задачи дисциплины	9	2	х	х	2	х	х	х	6	6	х	ПК-3
1.2.	Модульная единица 2 Понятия и структура рынка потребительских товаров	9	х	х	х	2	х	х	х	6	6	х	ПК-3
1.3.	Модульная единица 3 Рынки в структуре экономической системы. Условия функционирования рынка потребительских товаров аграрных продуктов	9	х	х	х	х	х	х	х	4	4	х	ПК-3
	Модульная единица 4 Рынок продовольственных товаров	9	х	х	х	х	х	х	х	4	4	х	ПК-3
	Модуль 2	9	2	х	х	2	х	х	х	20	20	х	ПК-3

	Основные параметры рынка потребительских товаров												
2.	Модульная единица 5 Рынок непродовольственных товаров	9	2	x	x	2	x	x	x	6	6	x	ПК-3
2.1.	Модульная единица 6 Рынок средств производства	9	x	x	x	x	x	x	x	4	4	x	ПК-3
2.2.	Модульная единица 7 Региональные рынки обслуживающего характера	9	x	x	x	x	x	x	x	6	6	x	ПК-3
3.	Модульная единица 8 Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе	9	x	x	x	x	x	x	x	4	4	x	ПК-3
3.1.	Модуль 3 Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе	9	x	x	x	x	x	x	x	8	8	x	ПК-3
3.2.	Модульная единица 9 Товарные и фондовые биржи; торговые дома; предприятия оптовой и розничной торговли	9	x	x	x	x	x	x	x	8	8	x	ПК-3
	Контактная работа	9	4	x	x	6	x	x	x	x	x	2	
	Самостоятельная работа	9	x	x	x		x	x	x	48	48	x	
.	Объем дисциплины в семестре	9	4	x	x	6	x	x	x	48	48	2	
	Всего по дисциплине	9	4	x	x	6	x	x	x	48	48	2	

5.2. Содержание дисциплины

5.2.1 – Темы лекций

№ п.п.	Наименование темы лекции	Объем, академические часы
Л-1	Предмет, методология, научные методы и задачи дисциплины	2
Л-2	Понятия и структура рынка потребительских товаров	-
Л-3	Рынки в структуре экономической системы. Условия функционирования рынка потребительских товаров	-
Л-4	Рынок продовольственных товаров	-
Л-5	Рынок непродовольственных товаров	2
Л-6	Рынок средства производства	-
Л-7	Региональные рынки обслуживающего характера	-
Л-8	Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе	-
Итого по дисциплине		4

5.2.2.- Темы лабораторных работ

не предусмотрено рабочим учебным планом

5.2.3 – Темы практических занятий

не предусмотрено рабочим учебным планом

5.2.4 – Темы семинарских занятий

№ п.п.	Наименование темы занятия	Объем, академические часы
С-1	Предмет, методология, научные методы и задачи дисциплины	2
С-2	Понятия и структура рынка потребительских товаров	2
С-3	Рынки в структуре экономической системы. Условия функционирования рынка потребительских товаров	-
С-4	Рынок продовольственных товаров	-
С-5	Рынок непродовольственных товаров	2
С-6	Рынок средства производства	-
С-7	Товарные и фондовые биржи; торговые дома; предприятия оптовой и розничной торговли	
Итого по дисциплине		6

5.2.5 Темы курсовых работ (проектов)

не предусмотрено рабочим учебным планом

5.2.6 Темы рефератов

не предусмотрено рабочей программой

5.2.7 Темы эссе

не предусмотрено рабочей программой

5.2.8 Темы Индивидуальных домашних заданий:

не предусмотрено рабочей программой

5.2.9 – Вопросы для самостоятельного изучения

№ п.п.	Наименования темы	Наименование вопроса	Объем, академические часы
1.	Предмет, методология, научные методы и задачи дисциплины	1. Цели, задачи и предмет дисциплины «Рынки потребительских товаров». 2. Межпредметные связи дисциплины «Рынки потребительских товаров» с другими дисциплинами. 3. История возникновения и развитие рынков.	6
2.	Понятия и структура рынка потребительских товаров	1. Рынки продовольственных товаров. 2. Рынки не продовольственных товаров. 3. Рынок услуг	6
3.	Рынки в структуре экономической системы. Условия функционирования рынка потребительских товаров	1. Условия функционирования рынка потребительских товаров	4
4.	Рынок продовольственных товаров	1. Состояние и тенденции развития рынка товаров в условиях глобализации. 2. Мировые и национальные товарные рынки	4
5.	Рынок непродовольственных товаров	1. Рынок обуви, одежды	6
6.	Рынок средств производства	1. Рынок средств производства для малых предприятий и домашних хозяйств.	4
7.	Региональные рынки обслуживающего характера	1. Рынок автомобильного сервиса, связи, ЖКХ, здравоохранения,	6

		образования и др.	
8.	Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе	1. Товарные и фондовые биржи; торговые дома; предприятия оптовой и розничной торговли	4
9.	Товарные и фондовые биржи; торговые дома; предприятия оптовой и розничной торговли	1. Роль государства на рынке потребительских товаров и услуг	8
Итого по дисциплине			48

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

• 6.1. Основная литература

1. Ким С.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / С.А. Ким. - М.: «Дашков и К», 2015, - 258 с. (ЭБС «КнигаФонд»).

• 2. Экономическая теория : учебник для студентов вузов [Электронный ресурс] / под ред. В.Д. Камаева – М. : Гуманитар. издат. центр ВЛАДОС, 2010. – 591 с. – (ЭБС «КнигаФонд»)

• 6.2. Дополнительная литература

• 1. Курс социально-экономической статистики [Электронный ресурс]: учебник / Под редакцией: Назаров М. Г. - Москва: Омега-Л, 2010. - 1013 с.

• 2. Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование: учебное пособие / О.В. Китова; РЭА им. Г.В. Плеханова. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 328 с.

Журналы:

- Современная торговля.
- Экономика региона.
- Экономист.

6.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины и другие материалы к занятиям

Электронное учебное пособие включающее:

- конспект лекций;
- методические указания по выполнению лабораторных работ;
- методические указания по выполнению практических (семинарских) работ.

6.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Электронное учебное пособие включающее:

- методические рекомендации для студентов по самостоятельной работе.

6.5 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Open Office
2. Google Chrome

...

6.6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. www.gov.ru (сайт высших органов государственной власти РФ)
2. <http://www.gks.ru> (Федеральная служба государственной статистики)

6. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

•

• Занятия лекционного типа проводятся в аудитории, оборудованной мультимедиапроектором, компьютером, учебной доской.

• Занятия семинарского типа проводятся в аудиториях, оборудованных учебной доской, рабочим местом преподавателя (стол, стул), а также посадочными местами для обучающихся, число которых соответствует численности обучающихся в группе.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине представлен в Приложении 1.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом.

Разработала(и): _____ Г.Ф. Пустотина

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и организации экономической деятельности

протокол № ____ от « ____ » _____ 201__ г.

Зав. кафедрой _____ О.Н. Аргунеева _____

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации обучающихся

Контрольные вопросы

1. Определение рынка потребительских товаров. Функции рынка. Структура рынка.
2. Особенности рынка потребительских товаров. Положительные и отрицательные стороны рынка.
3. Инфраструктура рынка потребительских товаров.
4. Факторы внешней и внутренней среды рынка.
5. Объекты рынка потребительских товаров.
6. Субъекты рынка потребительских товаров.
7. Концепция функционирования и развития рынков потребительских товаров.
8. Значение дисциплины «Рынки потребительских товаров» в подготовке бакалавра коммерции.
9. История возникновения и развитие рынков.
10. Классификация рынков. Особенности рынка потребительских товаров.
11. Законодательные и нормативные акты, регулирующие отношения продавца и покупателя.
12. Понятие конкуренции и основные признаки конкурентной ситуации.
13. Формы конкуренции: добросовестная и недобросовестная. Формы недобросовестной конкуренции.
14. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность.
15. Состояние и тенденции развития рынка товаров в условиях глобализации.
- Факторы развития рынка товаров, признаки и элементы.
16. Конъюнктура рынка товаров: понятие, методы исследования, источники информации.
17. Анализ рынка потребительских товаров. Определения спроса и предложения на товарных рынках, их емкости.
18. Прогнозирование спроса потребителей. Анализ зоны обслуживания потребителей.
19. Рынок потребительских товаров и покупательское поведение потребителей.
20. Потребитель и его потребности. Понятие и виды потребностей. Матрица потребностей.
21. Классификация потребителей. Покупательское поведение потребителей.
22. Товар или услуга как один из способов удовлетворения потребностей. Принятие решения при покупке.
23. Исследование поведения потребителей на рынке услуг.
24. Рынок предприятий и поведение покупателей от имени предприятия.
25. Понятие сегментирования рынка. Цели сегментирования.
26. Критерии и признаки сегментирования рынка.
27. Сегментирование рынка по группам потребителей.
28. Сегментирование рынка по товарам конкурентам.
29. Сегментирование рынка по предприятиям-конкурентам.
30. Сферы обслуживания рынка потребительских товаров.

- 31. Культура торгового обслуживания на рынках потребительских товаров.
- 32. Принципы и основные задачи современного сервиса.
- 33. Понятие национального и мирового товарных рынков. Экспресс-анализ мировых и национальных товарных рынков.
- 34. Ярмарки, выставки в комплексе инфраструктуры мировых товарных рынков.
- 35. Аукционы, товарные биржи в комплексе инфраструктуры мировых товарных рынков.