

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета экономики



В.С. Отто

«29» июня 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Рынок потребительских товаров

Уровень основной профессиональной образовательной программы –

бакалавриат

Направление подготовки – 38.03.06 «Торговое дело»

Направленность (профиль) подготовки – «Маркетинг в торговой деятельности»

Форма обучения – заочная

Сроки освоения ОПОП – нормативный 4.5 года

Факультет экономики

Кафедра национальной экономики и регионального развития

Рязань, 2017

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины являются формирование у обучающихся профессиональных компетенций, установленных ФГОС ВО, в процессе изучения теории и практики функционирования инфраструктуры товарного рынка и её отдельных элементов, а также приобретение умений и навыков применения полученных знаний в практической деятельности.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Учебная дисциплина «Рынок потребительских товаров» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 (Б1.В.ДВ.10.2).

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

1. Маркетинг
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности
3. Маркетинг в торговой деятельности

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения, владение, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Научно-исследовательская работа

2.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ПК-3	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	– основные понятия рынка потребительских товаров как социального и экономического явления; – современные подходы к продвижению потребительских товаров;	– формировать маркетинговую стратегию развития для различных рынков потребительских товаров; – применять алгоритмы и принципы формирования и продвижения бренда территории - выявлять основные целевые аудитории	проведения маркетинговых исследований, анализа их результатов для принятия маркетинговых решений;
2.	ПК-10	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	виды и методологии проведения маркетинговых исследований на рынке потребительских товаров;	проводить анализ рынка потребительских товаров	организации и управления маркетинговой деятельностью на рынке потребительских товаров

2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ РЫНОК ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ					
Цель дисциплины	формирование у обучающихся профессиональных компетенций, установленных ФГОС ВО, в процессе изучения теории и практики функционирования инфраструктуры товарного рынка и её отдельных элементов, а также приобретение умений и навыков применения полученных знаний в практической деятельности.				
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Общекультурные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Формы оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ПК-3	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	<p><u>Знать</u> основные понятия рынка потребительских товаров как социального и экономического явления; – современные подходы к продвижению потребительских товаров;</p> <p><u>Уметь</u> формировать маркетинговую стратегию развития для различных рынков потребительских товаров; – применять алгоритмы и принципы</p>	<p>Лекционные и практические занятия. Самостоятельная работа.</p>	Зачет	<p>ПОРОГОВЫЙ Знает основные понятия рынка потребительских товаров; современные подходы к продвижению потребительских товаров</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ Способен формировать маркетинговую стратегию продвижения потребительских товаров; выявлять основные целевые аудитории на рынке потребительских товаров</p>

		<p>формирования и продвижения бренда территории</p> <p>- выявлять основные целевые аудитории</p> <p><u>Владеть навыками</u> проведения маркетинговых исследований, анализа их результатов для принятия маркетинговых решений;</p>			
ПК-10	<p>способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</p>	<p><u>Знать</u> виды и методологии проведения маркетинговых исследований на рынке потребительских товаров;</p> <p><u>Уметь</u> проводить анализ рынка потребительских товаров</p> <p><u>Владеть</u> навыками организации и управления маркетинговой деятельностью на рынке потребительских товаров</p>	<p>Лекционные и практические занятия.</p> <p>Самостоятельная работа.</p>	Зачет	<p>ПОРОГОВЫЙ</p> <p>Иметь представление о методологии проведения научных и маркетинговых исследований на рынке потребительских товаров</p> <p>ПОРОГОВЫЙ</p> <p>Способен проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования рынка потребительских товаров</p>

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
1	2	3	4
5з	1	Рынок потребительских товаров	Классификация товаров. Структура рынка потребительских товаров и его основные элементы. Прогнозирование рынка товаров Значимость товаров культурно-бытового назначения, обеспеченность населения по регионам мира. Классификация и сегментация товаров культурно-бытового назначения по различным признакам. Анализ состояния мирового и отечественного рынка товаров культурно-бытового назначения, основные направления его развития. Характеристика товаров культурно-бытового назначения основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования товарной политики розничных и оптовых предприятий, реализующих товары культурно-бытового назначения
	2	Рынок продуктов питания	Классификация. Рациональные нормы потребления молока и молокопродуктов. Сегментация рынка. Особенности формирования торговой политики предприятий, реализующих молоко и молокопродукты. Классификация. Значимость зерна, муки, крупы, хлеба, макаронных изделий. Способы защиты отечественных производителей. Характеристика основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования торговой политики предприятий, реализующих мясо и мясопродукты

2.2. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу магистрантов (в часах)				
			Л	ЛР	ПЗ	СРС	всего
5 з	1	Рынок потребительских товаров	5		7	40	52
	1.1	Понятие потребительских товаров	1		1	10	12
	1.2	Рынок товаров культурно-бытового назначения	1		2	10	13
	1.3	Рынок хозяйственных и электробытовых товаров	1		2	10	13
	1.4	Рынок услуг	2		2	10	13
	2.	Рынок продуктов питания	5		7	40	52
	2.1	Рынок услуг	1		1	10	12
	2.2	Рынок молочных товаров	1		2	10	13
	2.3	Рынок зерна и продуктов его переработки	1		2	10	13
	2.4	Рынок плодоовощных товаров	2		2	10	14
		Разделы дисциплины № 1-2	10		14	80	104
		зачет			4	4	
		ИТОГО за семестр	10		14	84	108

2.3. Лабораторный практикум по учебной дисциплине не предусмотрен.

2.4. Курсовые работы по учебной дисциплине не предусмотрены.

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

№ с е м е с т р а	№ р а з д е л а	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Виды СРС	Всего часов
5з	1	Рынок потребительских товаров	- чтение текста учебника, учебного материала; - чтение дополнительной литературы;	20 20
5з	2	Рынок продуктов питания	- чтение текста учебника, учебного материала; - чтение дополнительной литературы;	20 20
ИТОГО в семестре				80
Зачет				4
Итого				84

3.2. График работы студента

Не заполняется

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа, наряду с аудиторными занятиями, является неотъемлемой частью изучения дисциплины. Приступая к изучению дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести тетради для конспектирования лекций и практических занятий.

В ходе самостоятельной работы изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, научными статьями и материалами исследований в данной области. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы.

При подготовке к экзамену повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносящихся на экзамен и содержащихся в данной программе. Использовать конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Обратит особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных студентом по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Для оптимизации организации и повышения качества обучения студентам рекомендуется руководствоваться следующими методическими рекомендациями, размещёнными на официальном сайте:

1. Мартишина Н.В. Электронный образовательный ресурс «Самостоятельная работа студентов»: свидетельство о регистрации ресурса № 20418 / Мартишина Н.В., Еремкина О.В.; Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есенина. – Дата регистрации 21.10.2014. – Объем 196 Мб (200704 Кб).
2. Страхов В.В. Формы организации учебного процесса в вузе [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для молод. преподавателей / В.В. Страхов, Е.Н. Горохова, Т.В. Кременецкая; Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есенина. – Рязань, 2012. – URL:http://www.rsu.edu.ru/wordpress/wpcontent/uploads/2015/04/formy_organizacii_uchebnogo_processa.pdf/
3. Мишакова Н. А., Истомина Т. И., Енькова М. О. Организация самостоятельной работы студентов. Методические рекомендации для преподавателей и студентов. - Редакционно-издательский центр РГУ имени С. А. Есенина, Рязань, 2014 г., - 40 с.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(см. Фонд оценочных средств)

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью [Электронный ресурс]: учебник / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. - 2-е изд., перераб. - М.: Дашков и К, 2015. - 400 с. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375809 (дата обращения: 11.12.2016).	1-2	4	ЭБС	
2.	Меликян, О. М. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебник / О. М. Меликян. - 4-е изд. - М.: Дашков и К, 2016. - 280 с. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281 (дата обращения: 11.12.2016).	1-2	4	ЭБС	

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Беляевский, И. К. Организация коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / И. К. Беляевский. - М.: Евразийский открытый институт, 2011. - 272 с. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90826 (дата обращения: 11.12.2016).	1-3	4	ЭБС	
2.	Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. - 13-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590 (дата обращения: 11.12.2016).	1-3	4	ЭБС	

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный (дата обращения: 15.04.2017).
2. Polpred.com Обзор СМИ [Электронный ресурс]: сайт. – Доступ после регистрации из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://polpred.com> (дата обращения: 15.04.2017).
3. ГАРАНТ [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>, свободный (дата обращения: 15.04.2017).
4. КОДЕКС [Электронный ресурс]: информационно-правовая система. – Режим доступа: <http://www.kodeks.ru/>, свободный (дата обращения: 15.04.2017).
5. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.consultan.ru>, свободный (дата обращения: 15.04.2017).
6. Научная библиотека РГУ имени С. А. Есенина [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <http://library.rsu.edu.ru>, свободный (дата обращения: 15.04.2017).
7. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/> (дата обращения: 15.04.2017).
8. Электронный каталог НБ РГУ имени С. А. Есенина [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ РГУ имени С.А. Есенина. – Рязань, [1990 -]. – Режим доступа: <http://library.rsu.edu.ru/marc>, свободный (дата обращения: 15.04.2017).
9. Юрайт [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru> (дата обращения: 15.04.2017).

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

1. Интерфакс-ЭРА [Электронный ресурс]: эколого-энергетическое рейтинговое агентство. – Режим доступа: <https://interfax-era.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).
2. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.minfin.ru/ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).
3. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/main>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).
4. Национальное рейтинговое агентство [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.ra-national.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).
5. Официальная Россия [Электронный ресурс]: сервер органов государственной власти РФ. – Режим доступа: <http://www.gov.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).
6. РБК [Электронный ресурс]: информационно-аналитический портал. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).
7. РБК Quoit [Электронный ресурс]: портал биржевой аналитики. – Режим доступа: <https://quote.rbc.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).
8. Рейтинговое агентство Fitch Ratings [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.fitchratings.com/site/home>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).
9. Рейтинговое агентство RAEX [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).

10. РИСК-АКАДЕМИЯ [Электронный ресурс]: портал по управлению рисками. – Режим доступа: <https://www.risk-academy.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).
11. Российская газета [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <https://rg.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).
12. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.nalog.ru>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).
13. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.customs.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).
14. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения 20.04.2017).

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:

Необходимы стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций – видеопроектор, ноутбук, экран. Необходимы стандартно оборудованные аудитории для проведения лабораторных занятий.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: необходимы видеопроектор, ноутбук, экран.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: не требуется

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ *(Заполняется только для стандарта ФГОС ВПО)*

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности 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. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия (семинар)	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы и электронных презентаций лекций, работа с официальными источниками статистической информации, работа над аналитическими заданиями, просмотр электронных презентаций по заданной теме, решений задач по алгоритму и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Готовясь к зачету, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

- чтение лекций с использованием слайд-презентаций, графических объектов, схем и образцов (через Интернет);
- распространение самостоятельных заданий и консультирование посредством электронной почты;
- консультирование обучающихся по подготовке к семинарскому занятию посредством электронной почты.

10. Требования к программному обеспечению учебного процесса: не используется

Приложение 1

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине для промежуточного контроля успеваемости

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
1	Рынок потребительских товаров	ПК-3, ПК-10	Зачет
2	Рынок продуктов питания	ПК-3, ПК-10	Зачет

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ПК-3	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	знать	ПК3 31
		– основные понятия науки маркетинга территории как социального и экономического явления; – современные подходы к продвижению территориальных образований;	
		уметь	ПК3 У1
		– формировать маркетинговую стратегию развития для различных территорий; – применять алгоритмы и принципы формирования и продвижения бренда территории - выявлять основные целевые аудитории	
владеть	ПК3 В1		
ПК-10	способностью проводить научные, в том числе	знать	ПК10 31
		виды и методологии проведения	

	маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	маркетинговых исследований в маркетинге территорий;	
		уметь	
		проводить анализ внутренней и внешней среды маркетинга территорий;	ПК10 У1
		владеть	
		организации и управления маркетинговой деятельностью территориальных образований.	ПК10 В1

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ)

№	Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Определение рынка потребительских товаров. Функции рынка. Структура рынка.	ПК-3 З1, ПК-10 З1
2	Особенности рынка потребительских товаров. Положительные и отрицательные стороны рынка. Инфраструктура рынка потребительских товаров.	ПК-3 З1, ПК-10 З1
3	Факторы внешней и внутренней среды рынка.	ПК-3 З1, ПК-10 З1
4	Объекты рынка потребительских товаров.	ПК-3 З1, ПК-10 З1
5	Субъекты рынка потребительских товаров.	ПК-3 З1, ПК-10 З1
6	Концепция функционирования и развития рынков потребительских товаров.	ПК-3 З1, ПК-10 З1
7	Значение дисциплины «Рынки потребительских товаров» в подготовке бакалавра коммерции.	ПК-3 З1, ПК-10 З1
8	История возникновения и развитие рынков.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
9	Классификация рынков. Особенности рынка потребительских товаров.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
10	Законодательные и нормативные акты, регулирующие отношения продавца и покупателя. Понятие конкуренции и основные признаки конкурентной ситуации.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
11	Формы конкуренции: добросовестная и недобросовестная. Формы недобросовестной конкуренции.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
12	Конкурентные преимущества и конкурентоспособность.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
13	Состояние и тенденции развития рынка товаров в условиях глобализации. Факторы развития рынка товаров, признаки и элементы.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
14	Конъюнктура рынка товаров: понятие, методы исследования, источники информации.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
15	Анализ рынка потребительских товаров. Определения спроса и предложения на товарных рынках, их емкости.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
16	Прогнозирование спроса потребителей. Анализ зоны обслуживания потребителей.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
17	Рынок потребительских товаров и покупательское поведение потребителей.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
18	Потребитель и его потребности. Понятие и виды	ПК-3 У1, ПК-10 У1

	потребностей. Матрица потребностей. Классификация потребителей. Покупательское поведение потребителей.	ПК-3 В1, ПК-10 В1
19	Товар или услуга как один из способов удовлетворения потребностей. Принятие решения при покупке.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
20	Исследование поведения потребителей на рынке услуг.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
21	Рынок предприятий и поведение покупателей от имени предприятия.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
22	Понятие сегментирования рынка. Цели сегментирования.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
23	Критерии и признаки сегментирования рынка.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
24	Сегментирование рынка по группам потребителей.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1
25	Сегментирование рынка по товарам конкурентам.	ПК-3 У1, ПК-10 У1 ПК-3 В1, ПК-10 В1

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

(Шкалы оценивания)

Зачет

Результаты выполнения обучающимся заданий на зачете оцениваются по шкале «зачтено» - «не зачтено».

В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций или их составляющих частей, формируемых на учебных занятиях по дисциплине Рынок потребительских товаров (Таблица 2.5. рабочей программы).

«Отлично» (5) / «зачтено» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

«Хорошо» (4) / «зачтено» - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«Удовлетворительно» (3) / «зачтено» - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

«Неудовлетворительно» (2) / «не зачтено» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.