

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр заочного и дистанционного обучения



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский
_____» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Рынки потребительских товаров Б1.В.ДВ.9

Направление подготовки: 38.03.06 - Торговое дело

Профиль подготовки: Коммерция

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Рольбина Е.С.

Рецензент(ы):

Мартынова О.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No _____ от "_____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр заочного и дистанционного обучения):

Протокол заседания УМК No _____ от "_____" _____ 201__ г

Регистрационный No 954950118

Казань
2018

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Рольбина Е.С. кафедра маркетинга Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития , Elena.Rolbina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Освоение студентами методик и инструментов анализа товарных рынков

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.9 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.06 Торговое дело и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел " ФТД.Б.1 Факультативы" основной образовательной программы 080200.62 Менеджмент и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Для освоения данной дисциплины необходимы знания дисциплин "Бизнес-планирование", "Основы предпринимательства", "Информационные системы управления организацией", "Информационная система маркетинга"

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-10 (профессиональные компетенции)	владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления
ПК-11 (профессиональные компетенции)	владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов
ПК-3 (профессиональные компетенции)	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основные методы анализа товарных рынков;
- основные инструменты анализа товарных рынков.

2. должен уметь:

- проводить кабинетные маркетинговые исследования товарных рынков;
- проводить полевые исследования товарных рынков;
- осуществлять стратегический анализ товарных рынков.

3. должен владеть:

- методами кабинетных маркетинговых исследований;
- методами полевых маркетинговых исследований;
- методиками анализа и прогнозирования товарных рынков.

4. должен демонстрировать способность и готовность:
к проведению кабинетных маркетинговых исследований;
к проведению полевых маркетинговых исследований;
использовать методики анализа и прогнозирования товарных рынков.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Цели и задачи анализа товарных рынков	7	1	2	2	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Основные направления анализа товарных рынков	7	2	2	2	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Спрос, предложение, рыночное равновесие и эластичность спроса Оценка емкости товарного рынка	7	3	2	2	0	Письменная работа
4.	Тема 4. Методы изучения товарных рынков	7	4	2	2	0	Дискуссия
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Зачет
	Итого			8	8	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Цели и задачи анализа товарных рынков

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Свойства товарных рынков Участники рынка

практическое занятие (2 часа(ов)):

Свойства товарных рынков Участники рынка Условия эффективного функционирования рынка

Тема 2. Основные направления анализа товарных рынков

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Классификация рынков Этика рынка

практическое занятие (2 часа(ов)):

Классификация рынков Этика рынка

Тема 3. Спрос, предложение, рыночное равновесие и эластичность спроса Оценка емкости товарного рынка

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Законы спроса и предложения Характеристика рыночного равновесия Анализ эластичности спроса

практическое занятие (2 часа(ов)):

Оценка емкости рынка потребительских товаров Оценка емкости рынка товаров производственного назначения

Тема 4. Методы изучения товарных рынков

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Кабинетные исследования рынка Полевые исследования рынка

практическое занятие (2 часа(ов)):

Динамика рынка молочной продукции Динамика рынка хлебной продукции Динамика рынка мясной продукции Динамика рынка рыбной продукции Динамика рынка кондитерских изделий Динамика рынка одежды Динамика рынка обуви Динамика рынка тканей Динамика рынка телевизоров Динамика рынка холодильников Динамика рынка мобильных телефонов Динамика рынка нефтехимии Динамика рынка фармпрепаратов Динамика рынка космической отрасли Динамика рынка информационных технологий Динамика рынка образовательных услуг

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Цели и задачи анализа товарных рынков	7	1	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
2.	Тема 2. Основные направления анализа товарных рынков	7	2	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
3.	Тема 3. Спрос, предложение, рыночное равновесие и эластичность спроса Оценка емкости товарного рынка	7	3	подготовка к письменной работе	20	письменная работа
4.	Тема 4. Методы изучения товарных рынков	7	4		48	дискуссия
	Итого				88	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Компьютерные симуляции, кейсы

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Цели и задачи анализа товарных рынков

устный опрос , примерные вопросы:

Свойства товарных рынков Объекты рыночных исследований Классификация конъюнктурообразующих факторов Участники рынка Регулирующая функция рынка Информационная функция рынка Ценообразующая функция Стимулирующая функция рынка Распределительная функция рынка Оздоровительная (санирующая) функция рынка Контролирующая функция рынка Интегрирующая функция рынка Условия эффективного функционирования рынка

Тема 2. Основные направления анализа товарных рынков

устный опрос , примерные вопросы:

Классификация рынков Этика рынка Исследование корпоративных потребителей Исследование конечных потребителей Исследование конкурентов Исследование посреднических структур Исследование товаров Исследование цен Исследование системы продвижения

Тема 3. Спрос, предложение, рыночное равновесие и эластичность спроса Оценка емкости товарного рынка

письменная работа , примерные вопросы:

Виды рыночного спроса на товар Показатели перспектив развития спроса на товар Методы определения уровня спроса Особенности современных B ? B покупателей Спрос на марочные товары Оценка перспектив развития спроса Оценка перспектив изменения емкости Оценка эластичности спроса Оценка емкости рынка потребительских товаров Оценка емкости рынка товаров производственного назначения

Тема 4. Методы изучения товарных рынков

дискуссия , примерные вопросы:

Динамика рынка молочной продукции Динамика рынка хлебной продукции Динамика рынка мясной продукции Динамика рынка рыбной продукции Динамика рынка кондитерских изделий Динамика рынка одежды Динамика рынка обуви Динамика рынка тканей Динамика рынка телевизоров Динамика рынка холодильников Динамика рынка мобильных телефонов Динамика рынка нефтехимии Динамика рынка фармпрепаратов Динамика рынка космической отрасли Динамика рынка информационных технологий Динамика рынка образовательных услуг

Итоговая форма контроля

зачет

Примерные вопросы к зачету:

Примерные вопросы к зачету:

Свойства товарных рынков

Участники рынка

Условия эффективного функционирования рынка

Классификация рынков

Этика рынка

Законы спроса и предложения

Характеристика рыночного равновесия

Анализ эластичности спроса
Кабинетные исследования рынка
Полевые исследования рынка
Методы экстраполяции
Методы экспертных оценок
Нормативные методы
Методы экономико-математического моделирования
Специальные методы
Понятие емкости рынка
Определении емкости рынка товаров потребительского назначения
Определении емкости рынка товаров производственного назначения
Классификация видов спроса
Специфика определения спроса на товары потребительского назначения
Особенности спроса на товары производственного назначения
Экономическая конъюнктура
Классификация конъюнктурообразующих факторов
Внутренняя информация о рынке
Внешняя информация
Синдикативная информация
Исследование рынка потребительских товаров
Особенности рынка товаров производственного назначения
Исследование рынка товаров производственного назначения
Отраслевая структура национальной экономики
Классификация отраслевых рынков
Границы отраслевого рынка
Сущность регионального рынка
Система региональных рынков
Инфраструктура региональных рынков
Особенности рынка услуг
Роль государства на рынке услуг
Домохозяйства и некоммерческие организации на рынке услуг
Аутсорсинг на рынке услуг

7.1. Основная литература:

1. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - М.: Дашков и К, 2012. - 296 с.: 60x88 1/16. - (Учебные издания для бакалавров). (переплет) ISBN 978-5-394-01470-3, 1500 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=336541>
2. Маркетинговые исследования: Учеб. пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. - 2-е изд., доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2012. - 368 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0233-6, 1000 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=351110>
3. Маркетинговые исследования рынка: Учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 192 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0191-5, 500 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=389909>
4. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 392 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-08-7, 700 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=362356>

7.2. Дополнительная литература:

1. Анурин В. и др. Маркетинговые исследования потребительского рынка: уч. пос.- СПб: Питер, 2006.
2. Коротков А.В. Маркетинговые исследования: уч. пос. - М.: Юнити, 2005.
3. Хруцкий В.Е. и др. Современный маркетинг. Настольная книга по исследованию рынка: уч. пос.- М.: ФиС, 2005.
4. Рольбина Е.С. Маркетинговые исследования, сегментация, позиционирование.- Казань:Изд-во КГФЭИ, 2010.

7.3. Интернет-ресурсы:

Маркетинговое исследование - <http://marketopedia.ru/93-marketingovoe-issledovanie.html>

Закон о защите прав потребителей - http://www.potrebitel.net/zakon_zpp/zakon.shtml

Маркетинговое исследование - <http://iteam.ru/articles.php?id=393&pid=2&sid=22&tid=2>

Международный кодекс маркетинговых исследований - <http://www.infowave.ru/lib/pocket/esomar/>

Что такое маркетинговое исследование - <http://officemart.ru/research/articles/articles82.htm>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Рынки потребительских товаров" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Компьютерный класс

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.06 "Торговое дело" и профилю подготовки Коммерция .

Автор(ы):

Рольбина Е.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Мартынова О.В. _____

"__" _____ 201__ г.