

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт управления и территориального развития



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор  
по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Минзарипов Р.Г.

\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**

Товары и услуги как объект коммерческой деятельности ДС.Р.1

Специальность: 080301.65 - Коммерция (торговое дело)

Специализация: Коммерция на рынке товаров и услуг

Квалификация выпускника: Специалист коммерции

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Хаметова Н.Г.

**Рецензент(ы):**

Сайдашева В.А.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой:

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института управления и территориального развития:

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No

Казань  
2014

## 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) Хаметова Н.Г. кафедра маркетинга, коммерции и предпринимательства отделение менеджмента и маркетинга , NGHametova@kpfu.ru

### **1. Цели освоения дисциплины**

Целью изучения дисциплины является исследование закономерностей формирования и развития рынка потребительских товаров и услуг в современных условиях, овладение методикой оценки их конкурентоспособности с целью применения в коммерческой деятельности.

Задачи дисциплины

- изучение современного состояния рынка;
- изучение критериев конкурентоспособности товаров и услуг;
- изучение макро - и микро факторов, влияющих на конкурентоспособность;
- овладение методами оценки конкурентоспособности товаров и услуг;
- ознакомление с принципами управления и обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " ДС.Р.1 Дисциплины специализации" основной образовательной программы 080301.65 Коммерция (торговое дело) и относится к национально-региональному (вузовскому) компоненту. Осваивается на 4, 5 курсах, 8, 9 семестры.

"Товары и услуги как объект коммерческой деятельности" ДС.Р.1 является дисциплиной специальности "Коммерция" (Торговое дело) (дисциплина специализации федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по специальности 080301 "Коммерция"(Торговое дело).

"Товары и услуги как объект коммерческой деятельности" - синтетическая дисциплина, базирующаяся на методологии товароведения, квалиметрии, менеджмента качества, маркетинга и других сопредельных дисциплин. Особенность дисциплины, изучаемая в вузе - оценка конкурентоспособности объектов коммерции с позиции потребителя - основного арбитра в оценке достоинств и недостатков товара (услуги).

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при выполнении дипломных и курсовых проектов и в дальнейшей работе по специальности или при организации собственного дела.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

знать:

- значимость конкретной группы товаров или услуг в обеспечении качества жизни;
- классификацию конкретной группы товаров или услуг;
- нормы потребления и обеспеченность населения группой товаров в России и за рубежом;
- сегментацию рынка конкретной группы товаров;
- факторы, формирующие конкурентоспособность товаров и услуг;

- методы изучения и анализа рынков товаров и услуг, формирования спроса и стимулирования сбыта.
- терминологию в области оценки конкурентоспособности товаров и услуг;
- критерии конкурентоспособности товаров и услуг;
- методы оценки конкурентоспособности зарубежную и отечественную практику обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг.

## 2. должен уметь:

уметь:

- работать с нормативными документами и законодательными актами;
- анализировать современное состояние мирового и отечественного потребительского рынка товаров и услуг;
- осуществлять оценку конкурентоспособности товаров и услуг;
- применять полученные знания в практической деятельности.

## 3. должен владеть:

владеть:

- информацией о состоянии мирового и отечественного потребительского рынка конкретной группы товаров, основные тенденции его развития;
- информацией об отечественных производителях и зарубежных импортерах;
- методологией оценки конкурентоспособности товаров и услуг.

иметь представление:

- о потребительской ценности товаров народного потребления;
- об основных проблемах отраслей по производству товаров народного потребления;
- о новых направлениях формирования ассортимента товаров;
- о видах конкуренции и развитии конкурентной среды;
- о стратегии и тактики конкурентной борьбы;
- о законодательстве в области конкуренции;
- об оценке конкурентоспособности предприятий;
- о системе обеспечения конкурентоспособности предприятий, продукции на принципах менеджмента качества.

приобрести навыки:

- практической деятельности по сбору и обработке информации, характеризующих состояние и развитие рыночной ситуации;
- системного подхода к решению задач, связанных с оценкой конкурентоспособности товаров при формировании товарного ассортимента торговой организации.

иметь опыт:

- по анализу рынка различных групп товаров.

## 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 296 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 8 семестре; экзамен в 9 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. Часть 1. Рынок потребительских товаров и услуг	8		0	0	0	
2.	Тема 2. Тема 1. Понятие потребительских товаров	8		2	2	0	домашнее задание устный опрос
3.	Тема 3. Тема 2. Рынок зерна и продуктов его переработки	8		2	2	0	письменная работа устный опрос тестирование
4.	Тема 4. Тема 3. Рынок кондитерских товаров	8		2	2	0	тестирование устный опрос домашнее задание
5.	Тема 5. Тема 4. Рынок напитков	8		2	2	0	творческое задание письменная работа
6.	Тема 6. Тема 5. Рынок плодоовощных товаров	8		2	2	0	тестирование устный опрос реферат
7.	Тема 7. Тема 6. Рынок мяса и мясопродуктов	8		2	2	0	тестирование творческое задание устный опрос
8.	Тема 8. Тема 7. Рынок молочных товаров	8		2	2	0	тестирование устный опрос творческое задание

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
9.	Тема 9. Тема 8. Рынок жиров	8		2	2	0	творческое задание письменная работа тестирование устный опрос
10.	Тема 10. Тема 9. Рынок обувных и меховых товаров	8		2	2	0	контрольная работа тестирование устный опрос
11.	Тема 11. Тема 10. Рынок текстиль-ных товаров и одежды	8		2	2	0	домашнее задание творческое задание тестирование устный опрос
12.	Тема 12. Тема 11. Рынок товаров культурнобытового назначения	8		2	2	0	тестирование творческое задание устный опрос
13.	Тема 13. Тема 12. Рынок хозяйственных и электробытовых товаров	8		2	2	0	устный опрос тестирование домашнее задание
14.	Тема 14. Тема 13. Рынок парфюмерно-косметических товаров	8		2	2	0	творческое задание контрольная работа устный опрос
15.	Тема 15. Тема 14. Рынок ювелирных товаров	8		2	2	0	презентация тестирование тестирование
16.	Тема 16. Тема 15. Рынок биржевых товаров	8		2	2	0	тестирование реферат устный опрос
17.	Тема 17. Тема 16. Рынок услуг	8		2	2	0	письменная работа тестирование устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
18.	Тема 18. Часть 2. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг	9		0	0	0	
19.	Тема 19. Тема 1. Общая характеристика конкурентоспособности товаров	9		2	2	0	презентация тестирование устный опрос домашнее задание
20.	Тема 20. Тема 2. Уровень качества и его стабильность как критерий конкурентоспособности товаров	9		2	2	0	творческое задание тестирование устный опрос
21.	Тема 21. Тема 3. Социальная адресность как критерий конкурентоспособности товаров и услуг	9		2	2	0	тестирование устный опрос презентация
22.	Тема 22. Тема 4. Подлинность и безопасность как критерии конкурентоспособности товаров и услуг	9		2	2	0	тестирование устный опрос реферат
23.	Тема 23. Тема 5. Потребительская новизна как критерий конкурентоспособности товаров и услуг	9		2	2	0	письменная работа тестирование устный опрос
24.	Тема 24. Тема 6. Имидж как критерий конкурентоспособности товара и услуги	9		2	2	0	презентация тестирование устный опрос
25.	Тема 25. Тема 7. Информативность как критерий конкурентоспособности товаров и услуг	9		3	3	0	устный опрос тестирование домашнее задание
26.	Тема 26. Тема 8. Цена потребления как критерий конкурентоспособности товара и услуги	9		3	3	0	презентация контрольная работа устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
27.	Тема 27. Тема 9. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров	9		3	3	0	письменная работа тестирование тестирование
28.	Тема 28. Тема 10. Микроэкономические факторы конкурентоспособности товаров	9		3	3	0	тестирование устный опрос реферат
29.	Тема 29. Тема 11. Техническое регулиру-вание как фактор конкурентоспособности товаров и услуг	9		3	3	0	тестирование творческое задание реферат устный опрос
30.	Тема 30. Тема 12. Методы оценки конкурентоспособности товаров	9		3	3	0	творческое задание презентация устный опрос домашнее задание
31.	Тема 31. Тема 13. Особенности оценки конкурентоспособности услуг	9		2	2	0	письменная работа презентация тестирование тестирование
32.	Тема 32. Тема 14. Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг	9		2	2	0	тестирование устный опрос контрольная работа домашнее задание
·	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	зачет
·	Тема . Итоговая форма контроля	9		0	0	0	экзамен
	Итого			66	66	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

##### Тема 1. Часть 1. Рынок потребительских товаров и услуг

##### Тема 2. Тема 1. Понятие потребительских товаров

##### *лекционное занятие (2 часа(ов)):*

Классификация товаров. Структура рынка потребительских товаров и его основные элементы.  
Прогно-зирование рынка товаров.

##### *практическое занятие (2 часа(ов)):*



Тема 1. Понятие потребительских товаров Задание 1. Изучить классификацию потребительских товаров. Выявить основные направления формирования рациональности ассортимента товаров. Задание 2. Выделить основные классификационные признаки рынка продовольственных и непродовольственных товаров. Задание 3 (для самостоятельной работы). Изучить методы прогнозирования рынка товаров.

### **Тема 3. Тема 2. Рынок зерна и продуктов его переработки**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Классификация. Значимость зерна, муки, крупы, хлеба, макаронных изделий в структуре питания. Рациональные нормы потребления хлеба и хлебобулочных изделий, макаронных изделий и обеспеченность населения этими продуктами в мире и в России. Сегментация рынка зерна, муки, крупы, хлебобулочных и макаронных изделий (по географическим, демографическим и другим признакам). Анализ состояния мирового и отечественного рынка зерна и зерномучных товаров, основные направления его развития. Характеристика основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Способы защиты отечественных производителей. Особенности формирования торговой политики предприятий, реализующих зерномучные товары.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Задание 1. Изучить основные товарные признаки классификации зерна. Выделить признаки наиболее важные для сегментации рынка зерна и продуктов его переработки. Задание 2. Провести сравнительную оценку ассортимента зерномучных товаров отечественных и зарубежных производителей. Задание 3. (для самостоятельной работы) Изучить состояние отечественного и мирового рынка зерна и продуктов его переработки: муки, крупы, хлеба, макаронных изделий. Обеспеченность населения этими продуктами в мире и в России.

### **Тема 4. Тема 3. Рынок кондитерских товаров**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Значимость кондитерских изделий. Классификация товаров. Рациональные нормы потребления кондитерских изделий и обеспеченность населения этими продуктами в мире и в России. Сегментация рынка кондитерских изделий по различным признакам. Анализ состояния мирового и отечественного рынка кондитерских изделий, основные направления его развития. Характеристика основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования торговой политики предприятий, реализующих кондитерские изделия.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Задание 1. Изучить основные товарные признаки кондитерских товаров. Провести сегментацию отдельных групп кондитерских товаров. Задание 2. Рассмотреть основные направления развития отечественного и мирового рынка кондитерских товаров. Обеспеченность населения этими товарами. Задание 3. (для самостоятельной работы). Изучить рынок сахаристых и мучных кондитерских товаров. Провести сегментацию рынка по ассортиментному и региональному признакам.

### **Тема 5. Тема 4. Рынок напитков**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Значимость напитков. Классификация напитков: безалкогольных и алкогольных. Рациональные нормы потребления напитков и обеспеченность населения этими продуктами в мире и в России. Сегментация рынка напитков по различным признакам. Анализ состояния мирового и отечественного рынка напитков, основные направления его развития. Характеристика основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования торговой политики предприятий, реализующих напитки.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Задание. Изучить состояние и перспективы развития рынка напитков: соков, минеральных вод, пива, вина, ликеро-водочных изделий.

### **Тема 6. Тема 5. Рынок плодоовощных товаров**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Значимость плодоовощных товаров. Классификация товаров. Рациональные нормы потребления плодоовощных товаров и обеспеченность населения этими продуктами в мире и в России. Сегментация рынка плодоовощных товаров по различным признакам. Анализ состояния мирового и отечественного рынка плодоовощных товаров, основные направления его развития. Характеристика основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования торговой политики предприятий, реализующих плодоовощные товары.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Задание. Изучить состояние отечественного и мирового рынка плодоовощных товаров, основные направления развития. Выявить особенности формирования товарной политики торговых предприятий, реализующих плодоовощные товары.

**Тема 7. Тема 6. Рынок мяса и мясопродуктов**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Значимость мяса и мясопродуктов. Классификация товаров. Рациональные нормы потребления мяса и мясопродуктов и обеспеченность населения этими продуктами в мире и в России. Сегментация рынка мяса и мясопродуктов по различным признакам. Анализ состояния мирового и отечественного рынка мяса и мясопродуктов, основные направления его развития. Способы защиты отечественных производителей. Характеристика основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования торговой политики предприятий, реализующих мясо и мясопродукты.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Занятие проводится в виде дискуссии. Задание 1. Изучить основные товарные признаки классификации мяса и мясопродуктов. Выявить наиболее важные признаки для сегментации рынка. Задание 2. Провести сегментацию производства мяса по отдельным видам и регионам. Задание 3. (для самостоятельной работы) Изучить рынок мяса и мясопродуктов. Выявить основных производителей и экспортеров. Отметить способы защиты отечественных товаропроизводителей.

**Тема 8. Тема 7. Рынок молочных товаров**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Социальная и экономическая значимость молочных товаров. Классификация. Рациональные нормы потребления молока и молокопродуктов. Сегментация рынка. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка, основные направления его развития. Характеристика основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования торговой политики предприятий, реализующих молоко и молокопродукты.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Занятие проводится в виде дискуссии. Задание 1. Изучить основные признаки классификации молочных товаров. Выявить наиболее значимые признаки для сегментации рынка. Задание 2. Привести сравнительную оценку ассортимента одного из сегментов молочных товаров отечественного и импортного производителя. Задание 3. (для самостоятельной работы). Изучить современное состояние рынка молочных товаров. Выявить особенности формирования торговой политики предприятий, реализующих молочные товары.

**Тема 9. Тема 8. Рынок жиров**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Социальная и экономическая значимость растительных масел и животных жиров. Рациональные нормы потребления масла растительного, масла коровьего, маргарина. Сегментация рынка. Анализ состояния мирового и отечественного рынка жиров, основные направления его развития. Характеристика основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования торговой политики предприятий, реализующих жировые товары.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Занятия проводятся в виде дискуссий. Задание 1. Изучить основные товарные признаки жировых товаров. Выделить признаки, наиболее важные для сегментации рынка жировых товаров. Задание 2. Произвести сегментацию рынка жировых товаров по наиболее важным признакам. Отметить основных отечественных и зарубежных экспортеров. Задание 3. (для самостоятельной работы) Изучить состояние отечественного и мирового рынка растительных масел и животных жиров, основные направления их развития.

#### **Тема 10. Тема 9. Рынок обувных и меховых товаров**

##### ***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Значимость обувных и меховых товаров. Рациональные нормы потребления и обеспеченность населения по регионам мира. Классификация и сегментация бытовой кожаной обуви по различным признакам. Анализ состояния мирового и отечественного рынка кожаной обуви, основные направления его развития. Характеристика обуви основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования товарной политики розничных и оптовых предприятий, реализующих обувь.

##### ***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Задание 1. Изучить основные товарные признаки кожаной обуви. Провести классификацию бытовой кожаной обуви. Выделить признаки, наиболее важные для сегментации рынка обуви и провести ее. Задание 2. На основании предварительного изучения рынка привести сравнительную оценку ассортимента обуви одного ценового сегмента отечественных и зарубежных производителей. Задание 3. (для самостоятельной работы) Изучить рынок меховых товаров, провести их классификацию. Выявить особенности формирования товарной политики торговых предприятий, реализующих меховые изделия. Провести сравнительную характеристику ассортимента меховых товаров отечественного и импортного производства.

#### **Тема 11. Тема 10. Рынок текстильных товаров и одежды**

##### ***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Значимость текстильных товаров и одежды, обеспеченность населения по регионам мира. Классификация и сегментация текстильных и одежных товаров по различным признакам. Анализ состояния мирового и отечественного рынка текстильных и одежных товаров, основные направления его развития. Характеристика текстильных и одежных товаров основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования товарной политики розничных и оптовых предприятий, реализующих текстильные и одежные товары.

##### ***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Занятие проводится в виде дискуссии. Задание 1. Изучить основные товарные признаки текстильных товаров. Выделить признаки, наиболее важные для сегментации рынка текстильных товаров. Провести сегментацию отдельных групп текстильных изделий (группа определяется преподавателем). Задание 2. На основании предварительного изучения рынка привести сравнительную оценку ассортимента одежды по разным признакам (группам, видам, полу и возрасту потребителей, сезонному и целевому назначению и др.). Задание 3. (для самостоятельной работы) Изучить современное состояние рынка одежды из трикотажа. Провести классификацию трикотажных изделий и сравнительную характеристику ассортимента по разным товарным признакам.

#### **Тема 12. Тема 11. Рынок товаров культурно-бытового назначения**

##### ***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

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.

##### ***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Занятие проводится в виде дискуссии. Задание 1. Выделить основные товарные признаки одной из групп товаров культурно-бытового назначения (радио- и видеоаппаратуры, цифровых видео- и фотоаппаратов, компьютерной техники и др.) по заданию преподавателя. Провести классификацию ассортимента и сегментацию рынка по наиболее важным признакам. Задание 2. На основании анализа литературных источников составить перспективный прогноз развития рынка товаров культурно-бытового назначения на ближайшие 1-2 года (каждая группа студентов из 2-3 человек получает от преподавателя индивидуальное задание). Задание 3 (для самостоятельной работы). Изучить современное состояние мирового и российского рынков средств передвижения (автомобилей, мотоциклов, велосипедов). Составить перспективный прогноз развития российского рынка товаров этих групп.

### **Тема 13. Тема 12. Рынок хозяйственных и электробытовых товаров**

#### ***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Значимость хозяйственных и электробытовых товаров. Обеспеченность населения по регионам мира. Классификация и сегментация хозяйственных и электробытовых товаров по различным признакам. Анализ состояния мирового и отечественного рынка хозяйственных и электробытовых товаров, основные направления его развития. Характеристика хозяйственных и электробытовых товаров основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования товарной политики розничных и оптовых предприятий, реализующих хозяйственные и электробытовые товары.

#### ***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Занятие проводится в виде дискуссии. Задание 1. Выделить основные товарные признаки одной из групп хозяйственных и электробытовых товаров (задание выполняется индивидуально каждой группой студентов из 2-3 человек). Провести классификацию ассортимента и сегментацию рынка по наиболее важным товарным признакам. Задание 2. На основании предварительного изучения рынка провести сравнительную оценку ассортимента одной из групп хозяйственных и электробытовых товаров (холодильников, керамической и стеклянной посуды, мебели и др.) отечественного и иностранного производства. Задание 3. (для самостоятельной работы) Выделить основные товарные признаки мебели. Провести классификацию ассортимента и сегментацию рынка мебели по основным товарным признакам. На основании анализа литературных источников представить анализ мирового и отечественного рынка мебели разного назначения.

### **Тема 14. Тема 13. Рынок парфюмерно-косметических товаров**

#### ***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Значимость парфюмерно-косметических товаров. Классификация и сегментация парфюмерно-косметических товаров по различным признакам. Анализ состояния мирового и отечественного рынка парфюмерно-косметических товаров, основные направления его развития. Характеристика парфюмерно-косметических товаров основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования товарной политики розничных и оптовых предприятий, реализующих парфюмерно-косметические товары.

#### ***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Задание 1. Выделить основные товарные признаки парфюмерно-косметических изделий. Провести классификацию и сегментацию одной из групп косметических товаров (средств для ухода за кожей, декоративной косметики, средств для ухода за волосами и др.) по основным признакам. Задание 2. На основании анализа литературных источников составить перспективный прогноз развития мирового и российского рынка парфюмерии и косметики на ближайшие 1-2 года (каждая группа студентов из 2-3 человек получает от преподавателя индивидуальное задание).

### **Тема 15. Тема 14. Рынок ювелирных товаров**

#### ***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Значимость ювелирных товаров. Классификация и сегментация ювелирных товаров по различным признакам. Анализ состояния мирового и отечественного рынка ювелирных товаров, основные направления его развития. Характеристика ювелирных товаров основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования товарной политики розничных и оптовых предприятий, реализующих ювелирные товары.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Задание 1. Изучить основные товарные признаки ювелирных изделий и материалов для их изготовления. Провести сегментацию рынка по основным признакам. Задание 2. Провести сравнительную оценку ассортимента различных групп ювелирных изделий отечественного производства и импортных.

**Тема 16. Тема 15. Рынок биржевых товаров**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Классификация и сегментация биржевых товаров по различным признакам. Анализ состояния мирового и отечественного рынка биржевых товаров, основные направления его развития. Характеристика биржевых товаров основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования товарной политики розничных и оптовых предприятий, реализующих биржевые товары.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Задание 1. Изучить основные товарные признаки биржевых товаров (непродовольственных, продовольственных, сырьевых). На основании предварительного изучения литературных и текущих данных провести анализ и перспективы развития международного рынка одного из видов биржевых товаров.

**Тема 17. Тема 16. Рынок услуг**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Значимость различных видов услуг для обеспечения качества жизни населения. Анализ состояния рынка услуг, перспективы развития. Особенности формирования рынка услуг в России.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

**Тема 18. Часть 2. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг**

**Тема 19. Тема 1. Общая характеристика конкурентоспособности товаров**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Сущность понятий ?конкуренция? и ?конкурентоспособности товаров?. Роль оценки конкурентоспособности товаров в предпринимательской деятельности. Конку-рентоспособность товаров как фактор национальной безопасности. Критерии конку-рентоспособности товаров как носители информации об удовлетворяемых потребно-стях. Классификация критериев конкурентоспособности. Факторы конкурентоспособ-ности товаров. Объекты и субъекты конкурентоспособности товаров.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Практическое занятие 1. Расчет интегрального показателя качества как главной характеристики конкурентоспособности товара ? деловая игра (практическое занятие по темам 1, 2 )

**Тема 20. Тема 2. Уровень качества и его стабильность как критерий конкурентоспособности товаров**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятие уровня качества и методов оценки уровня качества. Стабильность качества в объеме: сущность; природа изменчивости свойств товара; показатели стабиль-ности; обеспечение стабильности качества техническими и управленческими способами. Стабильность качества во времени: сущность; показатели стабильности; методы прогнозирования; понятие приоритетных показателей. Зарубежная практика обеспечения стабильности качества в объеме и во времени: роль прослеживаемости качества; понятие концепции ?Шесть сигм?.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

**Тема 21. Тема 3. Социальная адресность как критерий конкурентоспособности товаров и услуг**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Сущность и актуальность социальной адресности. Понятие социального адреса товара. Формирование социальной адресности как дискретный и итеративный процессы. Роль потребительской экспертизы в уточнении социальной адреса. Формирование социальной адресности в промышленности и в торговле.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

**Тема 22. Тема 4. Подлинность и безопасность как критерии конкурентоспособности товаров и услуг**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Подлинность: сущность и значение критерия. Меры обеспечения подлинности на макроэкономическом и микроэкономическом уровнях. Непосредственные и опосредованные свидетельства подлинности. Место продажи как косвенное свидетельство подлинности товара. Безопасность: сущность критерия с позиции ФЗ "О техническом регулировании". Безопасность как ограничительный критерий. Безопасность как оценочный критерий. Понятие "двойной" ("тройной") защиты потребителя от опасных товаров. Место продажи как фактор вероятности приобретения безопасного товара.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

**Тема 23. Тема 5. Потребительская новизна как критерий конкурентоспособности товаров и услуг**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Сущность и значение потребительской новизны. Инновационная деятельность как фактор новизны. Классификация новых товаров. Стабильность новизны во времени: сущность; виды охранных документов; способы количественной оценки новизны; практика определения скорости морального старения. Стабильность новизны в объеме: сущность, влияние размера тиража на оригинальность изделия; методический подход к обоснованию объема выпускаемой партии товара.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

**Тема 24. Тема 6. Имидж как критерий конкурентоспособности товара и услуги**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Сущность и значение имиджа товара. Факторы, влияющие на имидж - страна-изготовитель, товароизготовитель, заказчик (продавец), клиент (покупатель). Понятие программ эффективного имиджа. Имидж и брендинг: роль регистрации товарного знака, срок жизни бренда, стоимость бренда. Поправка на имидж при оценке конкурентоспособности.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Практическое занятие 2. Расчет поправки на имидж при оценке конкурентоспособности товаров ? групповая дискуссия (практическое занятие по теме 6)

**Тема 25. Тема 7. Информативность как критерий конкурентоспособности товаров и услуг**

**лекционное занятие (3 часа(ов)):**

Сущность и значение информативности товара. Неопосредованные и опосредованные конкурентные преимущества. Информативность как ограничительный критерий. Понятие ложных и символических конкурентных преимуществ. Источники надежной информации о конкурентных преимуществах.

**практическое занятие (3 часа(ов)):**

Практическое занятие 3. Анализ информации о конкурентных преимуществах товаров и услуг ? Ролевая игра (практическое занятие по теме 7)

**Тема 26. Тема 8. Цена потребления как критерий конкурентоспособности товара и услуги**

**лекционное занятие (3 часа(ов)):**

Понятие и значение цены потребления. Структура цены потребления. Факторы цены потребления. Проблема адекватности цены качеству товара. "Красная цена" как конкурентоспособная цена. Комбинация изменения цены и качества как стратегия обеспечения конкурентоспособности товаров. Понятие карт рынка товара.

**практическое занятие (3 часа(ов)):**

**Тема 27. Тема 9. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров**

**лекционное занятие (3 часа(ов)):**

Классификация факторов конкурентоспособности. Характеристика основных и развитых факторов. Характеристика общих и специализированных факторов. Правило ромба М. Портера. Развитие кластеров и технопарков как фактор конкурентоспособности товаров. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности товаров: развитие конкурентной среды в экономике России; техническое оснащение производства; кадровое обеспечение; научно-технический потенциал страны; уровень развития информационных технологий; состояние финансовой системы; система таможенного регулирования и квотирования; геополитическое состояние России и развитие сферы инфраструктуры; издержки производства промышленной продукции и производительность труда; инвестиционный климат; внешнеэкономическая стратегия страны.

**практическое занятие (3 часа(ов)):**

**Тема 28. Тема 10. Микроэкономические факторы конкурентоспособности товаров**

**лекционное занятие (3 часа(ов)):**

Понятие микрофакторов. Ключевая роль микрофакторов в обеспечении конкурентоспособности товаро-изготовителя. Группировка микрофакторов. Производственные факторы: сущность, роль критериев модели премии Правительства РФ в области качества? в количественной оценке производственных факторов. Рыночные, сбытовые и сервисные факторы. Взаимосвязь сбытовых и сервисных факторов

**практическое занятие (3 часа(ов)):**

**Тема 29. Тема 11. Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности товаров и услуг**

**лекционное занятие (3 часа(ов)):**

Роль технического регулирования в преодолении технических барьеров в международной торговле. Безопасность товаров как главный приоритет технического законодательства. Техническое регулирование в сфере стандартизации. Проблема повышения роли России в деятельности международных организаций по стандартизации. Роль международных профессиональных объединений производителей, в установлении планки требований к качеству. Прорывная роль фирменного стандарта. Техническое регулирование в области оценки соответствия. Роль обязательного подтверждения соответствия товара в продвижении товара на внешний рынок. Обеспечение конкурентоспособности через инструмент добровольной сертификации. Оценка и подтверждение соответствия систем качества как фактор конкурентоспособности товароизготовителя и опосредованный фактор конкурентоспособности товара. Бренд органа по сертификации как свидетельство надежных сведений о критериях конкурентоспособности товара.

**практическое занятие (3 часа(ов)):**

**Тема 30. Тема 12. Методы оценки конкурентоспособности товаров**

**лекционное занятие (3 часа(ов)):**

Цель оценки конкурентоспособности товаров. Принципы оценки. Порядок оценки. Классификация методов оценки. Методы, применяемые исходя из используемого принципа. Методы, применяемые исходя из используемой номенклатуры критериев. Методы, применяемых на различных стадиях жизненного цикла продукции. Характеристика методов исходя из формы представления данных.

**практическое занятие (3 часа(ов)):**

Практическое занятие 4. Принципы формирования номенклатуры критериев конкурентоспособности товаров (на примере легковых автомобилей) ?Мозговой штурм? (практическое занятие по теме 1, 12)

**Тема 31. Тема 13. Особенности оценки конкурентоспособности услуг**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Роль сферы услуг в экономике и обеспечении конкурентоспособности. Классификация услуг. Сущность услуги. Особенности оценки качества услуг. Особенности оценки конкурентоспособности услуг: принципы оценки, критерии оценки. Методология оценки конкурентоспособности услуг розничной торговли. Особенности оценки конкурентоспособности образовательных услуг (на примере вузов).

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Практическое занятие 5. Оценка конкурентоспособности отдельных видов услуг (практическое занятие по теме 13 )

**Тема 32. Тема 14. Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

конкурентоспособности товаров и услуг Роль конкурсов. Конкурсы в дореволюционной России. Конкурс-отбор поставщиков продукции для го-сударственных нужд России. Конкурс на соискание премии Правительства РФ в области качества. Программа-конкурс ?100 лучших товаров России. Национальная программа ?Всероссийская марка (III тысячелетие)?. Прочие конкурсы (программа ?Московское качество?, конкурс ?Народная марка?, конкурс Союза потребителей России).

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

**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
2.	Тема 2. Тема 1. Понятие потребительских товаров	8		подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
3.	Тема 3. Тема 2. Рынок зерна и продуктов его переработки	8		подготовка к письменной работе	2	письменная работа
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
4.	Тема 4. Тема 3. Рынок кондитерских товаров	8		подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
5.	Тема 5. Тема 4. Рынок напитков	8		подготовка к письменной работе	2	письменная работа
				подготовка к творческому экзамену	2	творческое задание



N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
6.	Тема 6. Тема 5. Рынок плодоовощных товаров	8		подготовка к реферату	2	реферат
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
7.	Тема 7. Тема 6. Рынок мяса и мясопродуктов	8		подготовка к творческому экзамену	3	творческое задание
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
8.	Тема 8. Тема 7. Рынок молочных товаров	8		подготовка к творческому экзамену	3	творческое задание
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
9.	Тема 9. Тема 8. Рынок жиров	8		подготовка к письменной работе	2	письменная работа
				подготовка к творческому экзамену	2	творческое задание
				подготовка к тестированию	0,5	тестирование
				подготовка к устному опросу	0,5	устный опрос
10.	Тема 10. Тема 9. Рынок обувных и меховых товаров	8		подготовка к контрольной работе	3	контрольная работа
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
11.	Тема 11. Тема 10. Рынок текстильных товаров и одежды	8		подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к творческому экзамену	2	творческое задание
				подготовка к тестированию	0,5	тестирование
				подготовка к устному опросу	0,5	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
12.	Тема 12. Тема 11. Рынок товаров культурнобытового назначения	8		подготовка к творческому экзамену	3	творческое задание
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
13.	Тема 13. Тема 12. Рынок хозяйственных и электробытовых товаров	8		подготовка домашнего задания	3	домашнее задание
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
14.	Тема 14. Тема 13. Рынок парфюмерно-косметических товаров	8		подготовка к контрольной работе	2	контрольная работа
				подготовка к творческому экзамену	2	творческое задание
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
15.	Тема 15. Тема 14. Рынок ювелирных товаров	8		подготовка к презентации	3	презентация
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к тестированию	1	тестирование
16.	Тема 16. Тема 15. Рынок биржевых товаров	8		подготовка к реферату	3	реферат
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
17.	Тема 17. Тема 16. Рынок услуг	8		подготовка к письменной работе	3	письменная работа
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
19.	Тема 19. Тема 1. Общая характеристика конкурентоспособности товаров	9		подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к презентации	2	презентация
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
20.	Тема 20. Тема 2. Уровень качества и его стабильность как критерий конкурентоспособности товаров	9		подготовка к творческому экзамену	4	творческое задание
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
21.	Тема 21. Тема 3. Социальная адресность как критерий конкурентоспособности товаров и услуг	9		подготовка к презентации	2	презентация
				подготовка к тестированию	2	тестирование
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
22.	Тема 22. Тема 4. Подлинность и безопасность как критерии конкурентоспособности товаров и услуг	9		подготовка к реферату	4	реферат
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
23.	Тема 23. Тема 5. Потребительская новизна как критерий конкурентоспособности товаров и услуг	9		подготовка к письменной работе	4	письменная работа
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
24.	Тема 24. Тема 6. Имидж как критерий конкурентоспособности товара и услуги	9		подготовка к презентации	4	презентация
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
25.	Тема 25. Тема 7. Информативность как критерий конкурентоспособности товаров и услуг	9		подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
26.	Тема 26. Тема 8. Цена потребления как критерий конкурентоспособности товара и услуги	9		подготовка к контрольной работе	3	контрольная работа
				подготовка к презентации	2	презентация
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
27.	Тема 27. Тема 9. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров	9		подготовка к письменной работе	4	письменная работа
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к тестированию	1	тестирование
28.	Тема 28. Тема 10. Микроэкономические факторы конкурентоспособности товаров	9		подготовка к реферату	4	реферат
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
29.	Тема 29. Тема 11. Техническое регулиро-вание как фактор конкурентоспособности товаров и услуг	9		подготовка к реферату	2	реферат
				подготовка к творческому экзамену	3	творческое задание
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
30.	Тема 30. Тема 12. Методы оценки конкурентоспособности товаров	9		подготовка домашнего задания	1,5	домашнее задание
				подготовка к презентации	1	презентация
				подготовка к творческому экзамену	4	творческое задание
				подготовка к устному опросу	0,5	устный опрос
31.	Тема 31. Тема 13. Особенности оценки конкурентоспособности услуг	9		подготовка к письменной работе	3	письменная работа
				подготовка к презентации	2	презентация
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к тестированию	1	тестирование

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
32.	Тема 32. Тема 14. Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг	9		подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к контрольной работе	3	контрольная работа
				подготовка к тестированию	1	тестирование
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
	Итого				167	

### 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Реализация программы должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Процесс изучения дисциплины "Товары и услуги как объект коммерческой деятельности" включает в себя проведение лекционных занятий в соответствии с тематическим планом.

При изложении лекционного материала преподавателю рекомендуется использовать презентации в программе Power Point, электронный планшет, фрагменты видеоматериалов по теме лекции. Промежуточным контролем знаний студентов в течение и обучения являются контрольные работы по ключевым темам читаемой дисциплины. Особенное место при чтении курса занимают практические занятия. На практических занятиях при освоении новой темы студентам выдаются задания, направленные на закрепление практических навыков в данной предметной области. За выполнение задания студентам выставляются баллы. В конце семестра набранные баллы суммируются, студенты пишут контрольный тест на проверку закрепления практических знаний и умений, балл по которым также прибавляется к общему количеству баллов по текущему внутрисеместровому контролю (согласно балльно-рейтинговой системе оценки знаний). Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе - самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно использовать для

знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и практических рекомендаций лидеров коммерции России и ведущих российских и зарубежных коммерческих компаний. Самостоятельная работа студента в процессе освоения дисциплины

включает в себя:

- изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
- работу с электронными учебными ресурсами;
- изучение Интернет-ресурсов;
- выполнение самостоятельной работы;
- индивидуальные и групповые консультации по наиболее сложным вопросам;

Формой итогового контроля знаний студентов является зачет и экзамен, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения коммерческих задач, выполняемых коммерсантом.

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

## **Тема 1. Часть 1. Рынок потребительских товаров и услуг**

### **Тема 2. Тема 1. Понятие потребительских товаров**

домашнее задание , примерные вопросы:

Изучить методы прогнозирования рынка товаров. Литература: 1,2,3,11,32,33.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для самоконтроля: 1. Основные элементы рынка. 2. Факторы, формирующие спрос. 3. Факторы, влияющие на предложение. 4. Каналы реализации продукции. 5. Признаки классификации рынков потребительских товаров. 6. Методы прогнозирования рынка.

### **Тема 3. Тема 2. Рынок зерна и продуктов его переработки**

письменная работа , примерные вопросы:

Задание 3. (для самостоятельной работы) Изучить состояние отечественного и мирового рынка зерна и продуктов его переработки: муки, крупы, хлеба, макаронных изделий. Обеспеченность населения этими продуктами в мире и в России.

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для самоконтроля: 1. Значимость зерна и продуктов его переработки в обеспечении продовольственной безопасности страны. 2. Нормы потребления и обеспеченность населения товарами этой группы в нашей страны. 3. Сегментация рынка. 4. Состояние мирового и отечественного рынка зерна, муки, крупы, макаронных изделий. 5. Характеристика отечественных производителей.

### **Тема 4. Тема 3. Рынок кондитерских товаров**

домашнее задание , примерные вопросы:

Изучить рынок сахаристых и мучных кондитерских товаров. Провести сегментацию рынка по ассортиментному и региональному признакам.

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для самоконтроля: 1. Нормы потребления кондитерских изделий и обеспеченность населения этими товарами в мире и в России. 2. Основные направления развития рынка кондитерских товаров. 3. Характеристика основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров.

### **Тема 5. Тема 4. Рынок напитков**

письменная работа , примерные вопросы:

Вопросы для самоконтроля: 1. Сегментация рынка напитков. 2. Анализ состояния мирового и отечественного рынка напитков. 3. Направления развития рынка напитков. 4. Основные отечественные производители.

творческое задание , примерные вопросы:

Изучить состояние и перспективы развития рынка напитков: соков, минеральных вод, пива, вина, ликеро-водочных изделий.

### **Тема 6. Тема 5. Рынок плодоовощных товаров**

реферат , примерные темы:

Изучить состояние отечественного и мирового рынка плодоовощных товаров, основные направления развития. Выявить особенности формирования товарной политики торговых предприятий, реализующих плодоовощные товары.

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для самоконтроля: 1. Значимость плодоовощных товаров в питании. 2. Рациональные нормы потребления плодов, овощей, грибов и обеспеченности населения этими товарами. 3. Анализ состояния мирового и отечественного рынка свежих плодов, овощей и плодоовощных консервов. 4. Основные производители плодоовощных товаров.

### **Тема 7. Тема 6. Рынок мяса и мясопродуктов**

творческое задание , примерные вопросы:

Изучить рынок мяса и мясопродуктов. Выявить основных производителей и экспортеров. Отметить способы защиты отечественных товаропроизводителей.

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для самоконтроля: 1. Сегментация рынка мяса и мясопродуктов. 2. Анализ состояния мирового и отечественного рынка мяса и мясопродуктов. 3. Способы защиты отечественных производителей. 4. Основные направления развития рынка.

### **Тема 8. Тема 7. Рынок молочных товаров**

творческое задание , примерные вопросы:

Изучить современное состояние рынка молочных товаров. Выявить особенности формирования торговой политики предприятий, реализующих молочные товары.

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для самоконтроля: 1. Сегментация рынка молочных товаров. 2. Анализ состояния мирового и отечественного рынка молочных товаров. 3. Основные производители молочных товаров. 4. Направление развития рынка.

### **Тема 9. Тема 8. Рынок жиров**

письменная работа , примерные вопросы:

Анализ состояния рынка жиров.

творческое задание , примерные вопросы:

Изучить состояние отечественного и мирового рынка растительных масел и животных жиров, основные направления их развития.

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для самоконтроля: 1. Сегментация рынка жиров. 2. Характеристика основных производителей.

### **Тема 10. Тема 9. Рынок обувных и меховых товаров**

контрольная работа , примерные вопросы:

Изучить рынок меховых товаров, провести их классификацию. Выявить особенности формирования товарной политики торговых предприятий, реализующих меховые изделия. Провести сравнительную характеристику ассортимента меховых товаров отечественного и импортного производства.

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

1. Признаки классификации кожаной обуви. 2. Перечислите ведущие страны-производители обуви в мире. 3. Какие признаки чаще других учитываются при сегментации обуви? 4. Крупнейшие импортеры и экспортеры кожаной обуви в мире. 5. Приведите цифры, характеризующие производство кожаной обуви в мире и в Рос-сии. 6. Укажите 5-6 наиболее крупных изготовителей обуви в нашей стране. 7. Приведите цифры, характеризующие объем мехового рынка в мире и в России. 8. Охарактеризуйте основные тенденции развития мехового рынка в стране.

### **Тема 11. Тема 10. Рынок текстиль-ных товаров и одежды**

домашнее задание , примерные вопросы:

Изучить современное состояние рынка одежды из трикотажа. Провести классификацию трикотажных изделий и сравнительную характеристику ассортимента по разным товар-ным признакам.

творческое задание , примерные вопросы:

1. Сегментация одежды в зависимости от уровня исполнения, имиджа и др. 2. Охарактеризуйте российский рынок трикотажных изделий.

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для самоконтроля: 6. Приведите основные цифры, характеризующие рынок тканей разного волокнистого состава: хлопчатобумажных, льняных, шелковых, из искусственных и синтетических нитей, шерстяных. 7. Тенденция развития ассортимента тканей. 8. Укажите наиболее важные признаки сегментации текстильных изделий.

### **Тема 12. Тема 11. Рынок товаров культурно-бытового назначения**

творческое задание , примерные вопросы:

1. Изучить современное состояние мирового и российского рынков средств передвижения (автомобилей, мотоциклов, велосипедов). Составить перспективный прогноз развития российского рынка товаров этих групп 2. Охарактеризуйте состояние и перспективы российского рынка легковых автомобилей, мотоциклов, велосипедов.

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для самоконтроля: 4. Приведите данные, характеризующие состояние рынка основных групп товаров культурно-бытового назначения (радио- и видеоаппаратуры, цифровых фотоаппаратов, сотовых телефонов и др.) 5. Перечислите основные товарные признаки сегментации рынка товаров культурно-бытового назначения разных групп. 6. Тенденция развития рынка сотовых телефонов, цифровых фото- и видеокамер, телевизоров и др.

### **Тема 13. Тема 12. Рынок хозяйственных и электробытовых товаров**

домашнее задание , примерные вопросы:

Выделить основные товарные признаки мебели. Провести классификацию ассортимента и сегментацию рынка мебели по основным товарным признакам. На основании анализа литературных источников представить анализ мирового и отечественного рынка мебели разного назначения

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для самоконтроля: 7. Перечислите основные классификационные признаки крупной бытовой техники (холодильников, стиральных машин, электроплит). 8. Приведите сегментацию бытовых холодильников. 9. Укажите по 3 наиболее крупных отечественных и импортных изготовителей крупной бытовой техники; укажите их долю на российском рынке. 10. Охарактеризуйте состояние рынка мелкой бытовой техники. 11. Приведите данные, отражающие объем российского рынка силикатных изделий (посуды из стекла, керамики); укажите долю отечественной продукции. 12. Объем рынка мебели в России.

### **Тема 14. Тема 13. Рынок парфюмерно-косметических товаров**

контрольная работа , примерные вопросы:

творческое задание , примерные вопросы:

Изучить современное состояние мирового и российского рынков парфюмерных изделий.

устный опрос , примерные вопросы:

Выделить основные товарные признаки парфюмерных изделий, провести сегментацию рынка по наиболее важным признакам.

### **Тема 15. Тема 14. Рынок ювелирных товаров**

презентация , примерные вопросы:

На основании анализа литературных источников изучить современное состояние мирового и российского рынков драгоценных металлов и продукции алмазно-бриллиантового комплекса.

тестирование , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:



### **Тема 16. Тема 15. Рынок биржевых товаров**

реферат , примерные темы:

Провести классификацию и сегментацию биржевых товаров: - Промышленного сырья и полуфабрикатов; - Сельскохозяйственных товаров;

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

### **Тема 17. Тема 16. Рынок услуг**

письменная работа , примерные вопросы:

Изучить состояние и перспективы развития рынка услуг. Выявить особенности формирования рынка услуг в России

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

### **Тема 18. Часть 2. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг**

#### **Тема 19. Тема 1. Общая характеристика конкурентоспособности товаров**

домашнее задание , примерные вопросы:

презентация , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

#### **Тема 20. Тема 2. Уровень качества и его стабильность как критерий конкурентоспособности товаров**

творческое задание , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

#### **Тема 21. Тема 3. Социальная адресность как критерий конкурентоспособности товаров и услуг**

презентация , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

#### **Тема 22. Тема 4. Подлинность и безопасность как критерии конкурентоспособности товаров и услуг**

реферат , примерные темы:

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

#### **Тема 23. Тема 5. Потребительская новизна как критерий конкурентоспособности товаров и услуг**

письменная работа , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

#### **Тема 24. Тема 6. Имидж как критерий конкурентоспособности товара и услуги**

презентация , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

#### **Тема 25. Тема 7. Информативность как критерий конкурентоспособности товаров и услуг**

домашнее задание , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

**Тема 26. Тема 8. Цена потребления как критерий конкурентоспособности товара и услуги**

контрольная работа , примерные вопросы:

презентация , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

**Тема 27. Тема 9. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров**

письменная работа , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:

**Тема 28. Тема 10. Микроэкономические факторы конкурентоспособности товаров**

реферат , примерные темы:

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

**Тема 29. Тема 11. Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности товаров и услуг**

реферат , примерные темы:

творческое задание , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

**Тема 30. Тема 12. Методы оценки конкурентоспособности товаров**

домашнее задание , примерные вопросы:

презентация , примерные вопросы:

творческое задание , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

**Тема 31. Тема 13. Особенности оценки конкурентоспособности услуг**

письменная работа , примерные вопросы:

презентация , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:

**Тема 32. Тема 14. Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг**

домашнее задание , примерные вопросы:

контрольная работа , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

**Тема . Итоговая форма контроля**

**Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету и экзамену:

Тестовые вопросы к контрольной работе

1. Средствами удовлетворения потребностей являются:

- а) товары;
  - б) информация;
  - в) идеи;
  - г) все перечисленное.
2. Услуги по изучению общественного мнения относятся к :
- а) эмпирическому уровню сервиса;
  - б) теоретическому уровню сервиса.
3. Когда потребители не могут удовлетворить свои запросы с помощью существующих товаров, говорят о:
- а) скрытом спросе;
  - б) отрицательном спросе;
  - в) чрезмерном спросе;
  - г) нерегулярном спросе.
4. Чтобы добраться до места работы, человек пользуется автобусом. В этом случае говорят о:
- а) повседневном спросе;
  - б) особом спросе;
  - в) престижном спросе;
  - г) эта классификация спроса не подходит.
5. Товары, приобретаемые при возникновении острой нужды в них:
- а) основные товары постоянного спроса;
  - б) товары импульсной покупки;
  - в) товары особого спроса;
  - г) товары для экстренных случаев.
6. К группе "материалы и детали" товаров промышленного назначения относится:
- а) сырье;
  - б) конторское оборудование;
  - в) материалы для технического обслуживания и ремонта;
  - г) рабочие материалы.
7. Товары, отличающиеся от серийно выпускаемых товаров ассортиментной принадлежностью на уровне наименований и/или торговых марок, а также значительными изменениями качества ? это:
- а) принципиально новые товары;
  - б) товары умеренной новизны;
  - в) относительно новые товары;
  - г) незначительно новые товары.
8. Какой из признаков не используется для классификации услуг:
- а) характер оплаты;
  - б) назначение;
  - в) срок использования;
  - г) степень автоматизации.
9. Какое утверждение ошибочно:
- а) несмотря на огромное количество услуг, есть целый ряд характеристик, присущих всем услугам;
  - б) бесплатные услуги оказываются только государственными учреждениями (школы, больницы и т. д.);
  - в) оборудование может придать услуге дополнительную ценность;

г) по назначению выделяют общие и специфичные услуги.

10. В ТН ВЭД СНГ кодирование товаров производится:

- а) 5-значными кодами;
- б) 7-значными кодами;
- в) 9-значными кодами;
- г) 11-значными кодами.

11. ТН ВЭД РФ:

- а) является самостоятельной классификацией;
- б) согласуется с МКТУ;
- в) согласуется с ОКВЭД;
- г) согласуется с НГС.

12. МКТУ предназначен для:

- а) классификации товаров и услуг для регистрации товарного знака;
- б) классификации и кодирования видов экономической деятельности и информации о них;
- в) систематизации перечня товаров, обращающихся во внешней торговле;
- г) определения фактически осуществляемых видов экономической деятельности хозяйствующих субъектов.

13. ОКВЭД введен в действие:

- а) в 1957 г.;
- б) в 1988 г.;
- в) в 1995 г.;
- г) в 2003 г.

14. услуга ? это:

- а) обособленная целостность, характеризуемая показателями величины, цены, внешнего вида и прочими атрибутами;
- б) название, ассоциируемое с одним или более объектов;
- в) любое мероприятие или выгода, которую одна сторона может предложить другой;
- г) верного определения нет.

15. Гибрид ? это предложение:

- а) которое в равной степени состоит из товара и сопутствующих услуг;
- б) в котором предлагается материальный товар, дополненный одной или несколькими услугами;
- в) в котором основная услуга сопровождается получением сопутствующих товаров и услуг;
- г) в котором предлагается исключительно осязаемый товар и дополнительных услуг не предусматривается.

16. Такая характеристика услуги как неосязаемость объясняется следующим образом:

- а) услуга не может быть продемонстрирована до покупки; \_\_\_
- \_\_\_ б) услугу нельзя отделить от ее источника;
- в) качество услуги зависит от того: кто, когда, где и как ее предоставляет;
- г) услугу нельзя хранить с целью последующей продажи или использования.

17. Для устранения недостатков недолговечности услуги:

- а) руководство предприятия пытается стимулировать поддержание позитивного общественного мнения, направляя свои маркетинговые усилия на авторитетных людей;
- б) практикуют введение систем предварительных заказов;

в) поставщик услуги может научиться работать с более многочисленными группами клиентов;

г) предприятия сферы услуг инициируют создание членских Клубов или ассоциаций.

18. Присутствие и некоторое участие в процессе их предоставления других потребителей является характерной особенностью:

а) непостоянства качества услуг;

б) недолговечности услуг;

в) неотделимости услуг;

г) отсутствия владения услугой.

19. Какое утверждение ошибочно:

а) услуга передается покупателю через действия, тогда как товар передается из рук в руки;

б) к сфере обслуживания относится коммерческий сектор с его судами, больницами, военными службами, полицией, почтой и школами;

в) увеличение спроса на услуги объясняется развитием новых информационно-коммуникационных технологий;

г) несмотря на важность отрасли услуг, теоретическая концепция услуг стала разрабатываться лишь с конца 1960-х годов.

20. Способность услуги удовлетворять основные и дополнительные потребности заказчика определяет:

а) назначение услуги;

б) эргономические свойства услуги;

в) эстетические свойства услуги;

г) экологические свойства услуги.

21. Какое количество интервалов между ожидаемым и фактическим обслуживанием оказывает влияние на оценку качества предоставления услуги:

а) 3 интервала;

б) 4 интервала;

в) 5 интервалов;

г) 6 интервалов.

22. Градация качества услуги ? это:

а) способность услуги удовлетворять определенные потребности с учетом особенностей потребителей;

б) совокупность требований к свойствам услуг, определяющих их способность удовлетворять потребности заказчика;

в) состояние, при котором риск вреда или ущерба ограничен допустимым уровнем;

г) категория или разряд, присвоенные объектам, имеющим то же самое функциональное применение, но различные требования к качеству.

23. Какой из перечисленных факторов, формирующих качество услуги, является специфичным для этой сферы:

а) качество продукции;

б) запросы потребителей;

в) качество производственных процессов;

г) качество труда производственного персонала.

24. Метод диаграммного проектирования предполагает:

а) необходимость различия "полосы видимости" для потребителя выполняемых в

процессе оказания услуги операций;

- б) необходимость фиксации и перечисления всех моментов, когда потребитель контактирует с персоналом предприятия в процессе потребления услуги;
- в) что менеджер по маркетингу, кроме самостоятельного проектирования этапов и задач процесса обслуживания, попросит самих потребителей выполнить эту задачу;
- г) анализ и оптимизацию сложившейся практики обслуживания с целью повышения эффективности функционирования предприятия посредством маркетинга, направленного в значительной степени на внутреннюю среду предприятия.

25. Принцип преимущественно рационального поведения субъектов рынка при оценке конкурентоспособности товара предполагает, что:

- а) поведение каждого из субъектов рыночных отношений можно рассматривать как серию взаимосвязанных действий с заранее определенной целью;
- б) в процессе оценки и управления конкурентоспособностью необходимо учитывать интересы и потребителей и производителей;
- в) необходимо выявление различных составляющих конкурентоспособности товара и факторов, оказывающих на нее влияние;
- г) потребители на рынке по-разному реагируют даже на один и тот же товар с одними и теми же свойствами.

Самостоятельная работа

Индивидуальная работа организуется преподавателем для студентов на добровольной основе в следующих случаях:

1. индивидуальный график обучения;
2. углубленное изучение курса.

При обучении студентов по индивидуальному графику, студент должен выполнить практические задания по темам курса, отраженным в разделе 4.2.

При углубленном изучении курса дополнительная программа составляется с учетом его желаний.

## 6. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА

Самостоятельная работа студента по дисциплине включает в себя:

- изучение лекционного материала;
- изучение основной и дополнительной литературы;
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнение индивидуальных заданий;

Вопросы к зачету

Состояние и перспективы развития современного мирового и российского рынка:

- 1 - сахара.
- 2 - сахаристых кондитерских изделий.
- 3 - молока и молочных товаров.
- 4 - мяса и мясопродуктов.
- 5 - колбасных изделий.
- 6 - рыбы и рыбопродуктов.
- 7 - рыбных консервов.
- 8 - макаронных изделий.
- 9 - зерна и продуктов его переработки.
- 10 - макаронных изделий.
- 11 - хлебобулочных изделий.
- 12 - фруктово-ягодных кондитерских товаров.

- 13 - мороженого.
- 14 - плодоовощных товаров.
- 15 - алкогольных товаров.
- 16 - водки и ликероводочных изделий.
- 17 - вина виноградного.
- 18 - пива.
- 19 - минеральной воды.
- 20 - безалкогольных напитков.
- 21 - чая.
- 22 - кофе.
- 23 - масла растительного.
- 24 - пряностей и приправ.
- 25 - шоколада.
- 26 - мучных кондитерских изделий.
- 27 - животных жиров.
- 28 - сыра.
- 29 - продуктов детского питания.
- 30 - функциональных продуктов питания.
- 31 - кожаной обуви.
- 32 - одежды.
- 33 - трикотажных изделий.
- 34 - текстильных изделий.
- 35 - меховых товаров.
- 36 - товаров культурно-бытового назначения.
- 37 - товаров хозяйственного назначения.
- 38 - электробытовых товаров.
- 39 - посуды из стекла.
- 40 - посуды керамической.
- 41 - металлической посуды.
- 42 - цифровых фотоаппаратов.
- 43 - цифровых видеокамер.
- 44 - бытовой мебели.
- 45 - офисной мебели.
- 46 - автомобилей.
- 47 - сотовых телефонов.
- 48 - компьютерной техники.
- 49 - канцелярских товаров.
- 50 - парфюмерно-косметических товаров.
- 51 - ювелирных товаров.
- 52 - драгоценных металлов.
- 53 - алмазов.
- 54 - строительных материалов.
- 55 - услуг.
- 56 - товаров для занятия спортом.
- 57 - бытовой химии.
- 58 - стиральных машин.
- 59 - холодильников.

60 - телевизоров.

Вопросы к экзамену

1. Понятие о конкурентоспособности и ее характеристиках.
2. Объекты оценки конкурентоспособности.
3. Субъекты оценки конкурентоспособности.
4. Критерии конкурентоспособности: сущность и группировка.
5. Критерии конкурентоспособности как носители информации об удовлетворяемых потребностях.
6. Характеристика ограничительных и оценочных критериев конкурентоспособности.
7. Факторы конкурентоспособности: сущность и классификация.
8. Уровень качества товара как критерий конкурентоспособности.
9. Специфические показатели качества услуг.
10. Стабильность уровня качества.
11. Развитие кластеров и технопарков как фактор конкурентоспособности товаров.
12. Концепция "шесть сигма" как фактор стабильности качества.
13. Методика комплексной оценки уровня качества товаров.
14. Методика определения весомости критериев конкурентоспособности.
15. Социальная адресность товара как критерий конкурентоспособности.
16. Безопасность и подлинность как критерий конкурентоспособности.
17. Информативность как критерий конкурентоспособности.
18. Потребительская новизна как критерий конкурентоспособности.
19. Стабильность новизны как критерий конкурентоспособности.
20. Имидж как критерий конкурентоспособности.
21. Конкурентные преимущества товаров: виды, способы представления.
22. Цена потребления как критерий конкурентоспособности.
23. Комбинация цены и качества как основа конкурентной стратегии.
24. Красная цена как критерий конкурентоспособности товаров.
25. Номенклатура критериев конкурентоспособности услуг.
26. Поправка на имидж при оценке конкурентоспособности товаров.
27. Методы оценки уровня качества товаров.
28. Методика оценки адекватности цены качеству.
29. Классификация методов оценки конкурентоспособности.
30. Характеристика прямых и косвенных методов оценки конкурентоспособности.
31. Методы оценки конкурентоспособности, применяемые на различных стадиях жизненного цикла.
32. Характеристика методов оценки конкурентоспособности исходя из формы представления данных.
33. Карта рынка как способ позиционирования конкурентоспособности товаров и услуг.
34. Цели оценки конкурентоспособности товаров.
35. Принципы оценки конкурентоспособности товаров.
36. Методика формирования номенклатуры критериев конкурентоспособности товаров.
37. Порядок оценки конкурентоспособности товаров.
38. Выбор приоритетных критериев конкурентоспособности товаров.
39. Критерии конкурентоспособности образовательных услуг.
40. Особенности оценки конкурентоспособности образовательных услуг.
41. Критерии конкурентоспособности услуг розничной торговли.
42. Особенности оценки конкурентоспособности услуг розничной торговли.



43. Характеристика природных и развитых факторов, специальных и универсальных факторов конкурентоспособности.
44. Правило "ромба М. Портера"
45. Характеристика макроэкономических факторов, влияющих на "качественную" составляющую конкурентоспособности.
46. Характеристика макроэкономических факторов, влияющих на "ценообразующую" составляющую конкурентоспособности.
47. Роль микроэкономических факторов конкурентоспособности.
48. Производственные микрофакторы конкурентоспособности.
49. Сервисные микрофакторы конкурентоспособности.
50. Рыночные микрофакторы конкурентоспособности.
51. Сбытовые микрофакторы конкурентоспособности.
52. Роль стандартизации в обеспечении конкурентоспособности.
53. Роль сертификации в обеспечении конкурентоспособности
54. Роль конкурсов как инструментов установления конкурентоспособности.
55. Опыт организации конкурсов в дореволюционной России.
56. Программа конкурса "100 лучших товаров в России".
57. Конкурс на соискание премии Правительства России в области качества.
58. Понятие о системе обеспечения конкурентоспособности товаров.
59. Принципы системы обеспечения конкурентоспособности товаров (услуг).
60. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности товаров (услуг).

Оценка результатов работы студентов в балльно-рейтинговой системе

◆ п/п/ баллы %

1. Текущая аудиторная работа, в том числе 50 50
- 1.1. Контрольная работа (точка) 25 25
- 2 Самостоятельная работа 25 25
- 3 Экзамен 50 50
- 4 Общая сумма баллов 100 100

### 7.1. Основная литература:

1. Ревенко Л.С. Мировой рынок продовольствия в эпоху "генной" революции. - М.: Экономика.2004г.
2. Ревенко Л.С., Ружинская Т.И. Мировые товарные рынки. - М.: "МГИМО - Университет", 2005.
3. Товароведные аспекты анализа рынка потребительских товаров".Сборник лекций под ред. Ганцова Ш.К., Лифица И.М. - М.2007
4. Лифиц И.М. "Конкурентоспособность товаров и услуг" М.: "Высшее образова-ние", 2007\*

### 7.2. Дополнительная литература:

1. Еремеева Н.В., Калачев С.В. "Конкурентоспособность товаров и услуг" М.: "Ко-лосС", 2006\*
2. Фатхутдинов Р.А. "Управление конкурентоспособностью организации". М.: "Экс-мо", 2004
3. Лифиц И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг. М. Юрайт. 2004. с.287-293

Журналы:

5. РБК
6. Пищевая промышленность
7. Хлебопродукты

8. Рыбная промышленность
9. Виноделие и виноградоводство
10. Пиво и напитки
11. Российский продовольственный рынок
12. Новые рынки
13. Спрос
14. Империя вкуса
15. Картофель и овощи
16. Компания
17. Питание и общество
18. Молочная промышленность
19. Мясная продукция
20. Текстильная промышленность
21. Швейная промышленность
22. Кожевенно-обувная промышленность
23. БИКИ
24. Модный магазин
25. Драгоценные металлы, драгоценные камни
26. Российская торговля
27. Эксперт
28. Новости в мире косметики
29. Меха мира
30. Стекло и керамика
31. Маркетолог
32. Маркетинг
33. Стандарты и качество
4. Секрет фирмы Конкуренция и рынок"
5. "Компания"
6. "Маркетинг"
7. "Маркетолог"
8. "Маркетинг и маркетинговые исследования"
9. "Маркетинг в России и за рубежом"
10. "Практический маркетинг"
11. "Секрет фирмы"
12. "Спрос"
13. "Стандарты и качество"
14. "Эксперт"

\* Материалы для изучения дисциплины носят оперативный характер, поэтому главными их источниками является - периодическая литература.

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

информационно-справочные системы - [marketing.spb.ru](http://marketing.spb.ru)  
информационно-справочные системы - [ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org)  
информационно-справочные системы - [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)  
информационно-справочные системы - [www.garant.ru](http://www.garant.ru)  
информационно-справочные системы - [www.benchmarking-ci.ru](http://www.benchmarking-ci.ru)  
поисковые системы: - [www.rambler.ru](http://www.rambler.ru)

поисковые системы: - [www. yandex.ru](http://www.yandex.ru)

поисковые системы: - [www. google](http://www.google)

поисковые системы: - [www. mail.ru](http://www.mail.ru)

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Товары и услуги как объект коммерческой деятельности" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

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.

Лингафонный кабинет, представляющий собой универсальный лингафонно-программный комплекс на базе компьютерного класса, состоящий из рабочего места преподавателя (стол, стул, монитор, персональный компьютер с программным обеспечением SANAKO Study Tutor, головная гарнитура), и не менее 12 рабочих мест студентов (специальный стол, стул, монитор, персональный компьютер с программным обеспечением SANAKO Study Student, головная гарнитура), сетевого коммутатора для структурированной кабельной системы кабинета. Лингафонный кабинет представляет собой комплекс мультимедийного оборудования и программного обеспечения для обучения иностранным языкам, включающий программное обеспечение управления классом и SANAKO Study 1200, которые дают возможность использования в учебном процессе интерактивные технологии обучения с использованием современных мультимедийных средств, ресурсов Интернета.

Программный комплекс SANAKO Study 1200 дает возможность инновационного ведения учебного процесса, он предлагает широкий спектр видов деятельности (заданий), поддерживающих как практики слушания, так и тренинги речевой активности: практика чтения, прослушивание, следование образцу, обсуждение, круглый стол, использование Интернета, самообучение, тестирование. Преподаватель является центральной фигурой процесса обучения. Ему предоставляются инструменты управления классом. Он также может использовать многочисленные методы оценки достижений учащихся и следить за их динамикой. SANAKO Study 1200 предоставляет учащимся наилучшие возможности для выполнения речевых упражнений и заданий, основанных на текстах, аудио- и видеоматериалах. Вся аудитория может быть разделена на подгруппы. Это позволяет организовать отдельную траекторию обучения для каждой подгруппы. Учащиеся могут работать самостоятельно, в автономном режиме, при этом преподаватель может контролировать их действия. В состав программного комплекса SANAKO Study 1200 также входит модуль Examination Module - модуль создания и управления тестами для проверки конкретных навыков и способностей учащегося. Гибкость данного модуля позволяет преподавателям легко варьировать типы вопросов в тесте и редактировать существующие тесты.

Также в состав программного комплекса SANAKO Study 1200 также входит модуль обратной связи, с помощью которых можно в процессе занятия провести экспресс-опрос аудитории без подготовки большого теста, а также узнать мнение аудитории по какой-либо теме.

Каждый компьютер лингафонного класса имеет широкополосный доступ к сети Интернет, лицензионное программное обеспечение. Все универсальные лингафонно-программные комплексы подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

а) требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций, в т.ч. ноутбук, видеопроектор, экран настенный, др. оборудование или компьютерный класс.

б) требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: видеопроектор, ноутбук, переносной экран и др.

в) требования к специализированному оборудованию: мультимедийные средства и др.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по специальности: 080301.65 "Коммерция (торговое дело)" и специализации Коммерция на рынке товаров и услуг .

Автор(ы):

Хаметова Н.Г. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Сайдашева В.А. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.