

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 - «Торговое дело»

Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

Цель изучения дисциплины	формирование у студентов представления и практических навыков по проведению анализа региональных потребительских рынков продукции и услуг, этапов и критериев сегментации рынка, изучение состояния отечественного потребительского рынка, особенности формирования их товарной политики.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	<ol style="list-style-type: none">1. Региональный рынок как система рынков.2. Региональный потребительский рынок: понятие, структура, факторы функционирования3. Методы анализа, оценки состояния и прогнозирования развития потребительского рынка региона4. Рынок продовольствия в структуре регионального потребительского рынка5. Региональный рынок промышленных товаров потребительского назначения6. Роль сетевых компаний в развитии регионального потребительского рынка7. Товарная политика на региональном потребительском рынке. Формирование товарного ассортимента8. Региональный рынок потребительских услуг9. Инфраструктура рынка потребительских товаров и услуг региона
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	ПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка; ПК-10: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Экономическая теория Правое регулирование профессиональной деятельности
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: <ul style="list-style-type: none">- факторы, условия, определяющие функционирование и развитие регионального рынка товаров и услуг;- основные источники получения информации о рынке (ПК-3);- особенности потребительского рынка и составляющих его сегментов, проблемы развития рыночной инфраструктуры;- значение влияния потребностей населения на обеспечение конкурентоспособности отдельных товаров и услуг на рынке (ПК-3). Уметь: <ul style="list-style-type: none">- анализировать и оценивать конъюнктуру регионального потребительского рынка; различать группы потребителей (ПК-3);- ориентироваться в информационных потоках о различных

	<p>товарных рынках и рынках услуг, в том числе и в интернете (ПК-10);</p> <p>Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами исследования конкретных потребительских рынков товаров и услуг (Пк-3); - навыками сбора, анализа и обработки информации, необходимой для решения коммерческих задач (ПК-10); - навыками сравнительной оценки ассортимента товаров отечественного и импортного производства; - навыками самостоятельной работы и самоорганизации
Используемые инструментальные и программные средства:	Презентации (Power Point), электронные учебные материалы в сети Интернет, электронные рассылки по E-mail
Формы текущего контроля:	Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, рефераты, кейсы), деловые игры
Форма промежуточного контроля знаний:	зачет

Составитель аннотации



И.Ф. Жуковская

Заведующий кафедрой КиГ



О.Б. Яресь

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.03.06

О.П. Полоцкая