

## АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 – «Торговое дело»

Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

<b>Цель изучения дисциплины</b>	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
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b>	1. Региональный рынок как система рынков 2. Региональный потребительский рынок: понятие, структура, факторы функционирования 3. Методы анализа, оценки состояния и прогнозирования развития потребительского рынка региона 4. Рынок продовольствия в структуре регионального потребительского рынка 5. Региональный рынок промышленных товаров потребительского назначения 6. Роль сетевых компаний в развитии регионального потребительского рынка 7. Товарная политика на региональном потребительском рынке. Формирование товарного ассортимента 8. Региональный рынок потребительских услуг 9. Инфраструктура рынка потребительских товаров и услуг региона
<b>Пререквизиты дисциплины</b>	«Правовые основы профессиональной деятельности» «Экономическая теория» «Статистика» «Маркетинг» «Международная и межрегиональная торговля» «Поведение потребителей» «Коммерческая деятельность» «Электронная коммерция»
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</b>	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
<b>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b>	Знать: - факторы, условия, определяющие функционирование и развитие регионального рынка товаров и услуг; - особенности потребительского рынка и составляющих его сегментов, проблемы развития рыночной инфраструктуры; - значение влияния потребностей населения на обеспечение конкурентоспособности отдельных товаров и услуг на рынке Уметь: - анализировать и оценивать конъюнктуру регионального

	потребительского рынка Владеть -методами исследования конкретных потребительских рынков товаров и услуг
<b>Используемые инструментальные и программные средства:</b>	Пакет MS-Office, презентации (Power Point), электронные учебные материалы в сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета, электронные рассылки по E-mail
<b>Формы текущего контроля:</b>	кейсы, задачи, организационно-деятельностные игры, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания), рейтинг-контроль
<b>Форма промежуточного контроля знаний:</b>	зачёт

Составитель аннотации,  
специалист по УМР кафедры КиГ



Е.В.Кашицина

Заведующий кафедрой КиГ



О.Б.Яресь

Председатель учебно-методической комиссии  
направления 38.03.06



О.П.Полоцкая

27.08.2019