

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор  
по образовательной деятельности  
А.А. Панфилов  
« 30 августа » 2018 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»

Профиль/программа подготовки «Коммерция»

Уровень высшего образования бакалавриат

Форма обучения заочная (ускоренная)

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежу- точного кон- троля (экз./зачет)
3	1 / 36	2	2		32	зачёт
Итого	1 / 36	2	2		32	зачёт

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Целью** освоения дисциплины (модуля) «Региональный потребительский рынок» - 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.

Основными **задачами** дисциплины являются выработка у студентов необходимых навыков и умений, позволяющих ему выполнять основные виды профессиональной деятельности в сфере ведения коммерческой деятельности на региональном рынке.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Региональный потребительский рынок» предназначена для студентов 2 курса, обучающихся по программе подготовки по направлению 38.03.06 «Торговое дело» и входит в факультативные дисциплины учебного плана. Дисциплина входит в состав дисциплин, формирующих профессиональные компетенции.

Изучение дисциплины «Региональный потребительский рынок» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных студентами при изучении дисциплин (разделах дисциплин) таких как: «Экономическая теория», «Правое регулирование профессиональной деятельности» и тесно взаимосвязана с такими дисциплинами, как «Маркетинг торговой деятельности».

Данная дисциплина закладывает основы экономического образования, профессионального взгляда на явления и процессы, протекающие в реальной жизни. Дисциплина создает общетеоретическую и практическую базу для изучения последующих курсов (разделов дисциплин), как «Торговый менеджмент», «Поведение потребителей», «Управление продажами», «Международная и межрегиональная торговля».

Владение методологией, терминами и инструментарием дисциплины «Региональный потребительский рынок» позволяет студентам сформировать представление о порядке функционирования национального рынка товаров и услуг в целом, и регионального рынка потребительских товаров и услуг, в частности, осуществлять оценку текущего положения на потребительском рынке региона, на основе проведенного анализа принимать обоснованные управленческие решения.

Этими обстоятельствами определяется место дисциплины «Региональный потребительский рынок» в системе дисциплин высшего образования и в образовательной программе направления «Торговое дело».

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины «Региональный потребительский рынок» обучающийся должен обладать следующими компетенциями (частью компетенций):

- *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-3);*

▪ способностью проводить научные, в том числе маркетинговые исследования в профессиональной деятельности (ПК-10).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

**Знать:**

- 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:**

- анализировать и оценивать конъюнктуру регионального потребительского рынка (ПК-3);
- ориентироваться в информационных потоках о различных товарных рынках и рынках услуг, в том числе и в интернете (ПК-10);

**Владеть:**

- 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.

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при выполнении дипломного проектирования и в ходе практической работы.

Практические занятия по дисциплине ориентированы на применение современных образовательных технологий, включающих деловые игры и бизнес-кейсы, разбор практических ситуаций и случаев, решение задач, а также научные дискуссии по анализу денежно-кредитной сферы на различных уровнях, позволяющие сформировать у студента адекватное представление о состоянии, развитии и решении проблем на потребительских рынках.

Применение статистических и аналитических данных позволяют сформировать у студента адекватное представление о состоянии, развитии и решении проблем в данной области.

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 часов.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС		
1	Тема 1. Региональный рынок как система рынков.	3					4		
2	Тема 2. Региональный потребительский рынок: понятие, структура, факторы функционирования	3	1				3	1/100	
3	Тема 3. Методы анализа, оценки состояния и прогнозирования развития потребительского рынка региона	3	1				3	1/100	
4	Тема 4. Рынок продовольствия в структуре регионального потребительского рынка	3		1			3		
5	Тема 5. Региональный рынок промышленных товаров потребительского назначения	3		1			3		
6	Тема 6. Роль сетевых компаний в развитии регионального потребительского рынка	3					4		
7	Тема 7. Товарная политика на региональном потребительском рынке. Формирование товарного ассортимента	3					4		
8	Тема 8. Региональный рынок потребительских услуг	3					4		
9	Тема 9. Инфраструктура рынка потребительских товаров и услуг региона	3					4		
<b>Всего</b>			<b>2</b>	<b>2</b>			<b>32</b>	<b>2/50</b>	<b>зачёт</b>

#### Содержание курса «РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК»

##### Тема 1. Региональный рынок как система рынков

Сущность и понятие рынка. Понятие регионального рынка. Система региональных рынков. Внешнее и внутреннее экономическое пространство. Зоны влияния региональных

рынков. Легальные, нелегальные рынки и полулегальные рынки.

Потребитель и его потребности. Понятие и виды потребностей. Матрица потребностей. Классификация потребителей. Покупательское поведение потребителей. Товар или услуга как один из способов удовлетворения потребностей.

## **Тема 2. Региональный потребительский рынок: понятие, структура, факторы функционирования**

Существующие понятия рынка потребительских товаров, сложившиеся в зарубежной и отечественной экономической литературе. Структура и функции потребительского рынка. Взаимосвязь с системой рынков.

Роль оптовой и розничной торговли на потребительском рынке. Классификация потребительского рынка

Общеэкономические, региональные, отраслевые факторы, определяющие функционирование и развитие рынка потребительских товаров и услуг.

Субъекты и объекты на региональном рынке товаров и услуг.

## **Тема 3. Методы анализа, оценки состояния и прогнозирования развития потребительского рынка региона**

Показатели анализа, оценки и прогнозирования рынка. Существующие методы анализа, оценки состояния и прогнозирования развития рынка.

Составляющие и задачи управления региональным потребительским рынком. Механизм и методы управления региональным потребительским рынком. Объекты и субъекты управления потребительским рынком. Принципы управления потребительским рынком. Формы и методы воздействия на потребительский рынок его субъектами. Роль государства в управлении потребительскими рынками.

## **Тема 4. Рынок продовольствия в структуре регионального потребительского рынка**

Существующие понятия рынка продовольствия, сложившиеся в экономической литературе. Структура и функции рынка. Критерии и признаки сегментирования продовольственного рынка.

Потребление продовольствия и структура затрат на него. Анализ предпочтений потребителей пищевых продуктов. Разработка и внедрение новых пищевых продуктов.

Государственное регулирование торговли продовольственными товарами.

## **Тема 5. Региональный рынок промышленных товаров потребительского назначения**

Существующие понятия рынка промышленных товаров, сложившиеся в экономической литературе. Структура и функции рынка.

Основные секторы регионального непродовольственного товарного рынка потребительского назначения. Основные экономические характеристики отдельных непродовольственных рынков. Факторы, влияющие на состояние рынка. Тенденции и перспективы развития.

## **Тема 6. Роль сетевых компаний в развитии регионального потребительского рынка**

Сетевая форма организаций потребительского рынка: классификация и формат предприятий.

Основные тенденции развития сетевых компаний в мировой экономике в условиях ее глобализации. Характер экспансии международных сетевых компаний на внутреннем российском потребительском рынке.

Воздействие сетевых компаний на структуру регионального потребительского рынка. Особенности пространственного распределения торговых сетей в регионе и проблема их моделирования.

#### **Тема 7. Товарная политика на региональном потребительском рынке. Формирование товарного ассортимента**

Сущность и понятие товарной политики. Критерии оценки результативности товарной политики. Основные элементы и виды товарной политики

Понятие и классификация ассортимента. Основные направления в области формирования ассортимента. Управление ассортиментом. Факторы формирования ассортимента товара. Нормативная база формирования ассортимента товара.

Создание и производство новых продуктов. Политика управления новым товаром.

Роль стимулирования сбыта в товарной политике.

Разработка марочной товарной политики. Принятие решений в области торговых марок товарной политики. Роль фирменного стиля и товарного знака в формировании товарной политики. Упаковка и товарная политика. Брендинг как инструмент товарной политики.

Качество и формирования сбыта товаров.

#### **Тема 8. Региональный рынок потребительских услуг**

Существующие классификации услуг. Содержание отдельных видов услуг. Ассортиментная и инновационная политика в сфере услуг.

Коммуникативная политика в сфере услуг. Территориальные аспекты развития рынка услуг.

#### **Тема 9. Инфраструктура рынка потребительских товаров и услуг региона**

Понятия, структура и функции рыночной инфраструктуры в экономике региона. Классификация и группировка видов, типов и форм рыночной инфраструктуры региона. Система статистических показателей рыночной инфраструктуры региона.

Направления развития рыночной инфраструктуры рынка потребительских товаров региона.

### **Тематика практических занятий**

#### **Тема 4. Рынок продовольствия в структуре регионального потребительского рынка**

*Форма занятия – устный опрос, доклады, дискуссия, практикум*

1. Понятия «рынок продовольствия» в экономической литературе.
2. Критерии и признаки сегментирования регионального рынка продовольствия.
3. Нормы потребления продовольствия и структура затрат на него: региональные особенности.
4. Анализ предпочтений потребителей пищевых продуктов в регионе
5. Разработка и рыночное внедрение новых пищевых продуктов.
6. Государственное регулирование торговли продовольственными товарами.

#### **Тема 5. Региональный рынок промышленных товаров потребительского назначения**

*Форма занятия – устный опрос, доклады, дискуссия, анализ ситуаций*

1. Потребительский рынок промышленных товаров: понятия, и функции.
2. Структура регионального потребительского рынка непродовольственных товаров

3. Анализ предпочтений и платежеспособности потребителей непродовольственных товаров в регионе
4. Разработка и рыночное внедрение новых промышленных товаров потребительского назначения
5. Проблемы и направления развития рынка промышленных товаров потребительского назначения в России и её регионах

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, разбор конкретных ситуаций и др.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет более 20 % аудиторных занятий (определяется требованиями ФГОС с учетом специфики ОПОП).

Для успешного освоения дисциплины предусмотрены различные образовательные технологии, которые обеспечивают достижение планируемых результатов обучения согласно основной образовательной программе, с учетом требований к объему занятий в интерактивной форме, а именно: работа в группах; контрольный тест (рейтинг-контроль); решение ситуационных задач; кейс-стади; деловая игра; дискуссия; мультимедийные презентации и др.

*План проведения аудиторного занятия*

1. Название темы: «.....»

2. Лекция. На лекциях излагаются основные теоретические положения по изучаемой тематике. В процессе изложения всего лекционного материала по всем темам изучаемой дисциплины применяются информационно-коммуникационные технологии. По каждой теме лекционного материала разработаны презентации, которые предоставлены в электронном виде. Методические указания для обучающихся. Задания по теме занятия.

3. Самостоятельная работа по теме: оформление рефератов, докладов, эссе; решение ситуационных задач; работа с литературой и др. источниками.

4. Практические занятия проводятся методом группового упражнения, оперативной тренировки, индивидуальных упражнений и последующим обсуждением их решений. Практические занятия по дисциплине ведутся в форме активного обучения и нацелены на закрепление и углубление теоретических знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельного изучения специальной литературы.

Практические занятия по курсу предусмотрены в различных интерактивных формах: дискуссия, коллоквиум, круглый стол, и др.

Итоговый контроль знаний: Подведение итогов.

Значение изучения темы:

- усвоение студентами теоретических и методологических основ экономической деятельности;
- овладение современными методами исследования экономических процессов;
- ознакомление с методами и организационными формами управления на региональном потребительском рынке в рамках темы.

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль успеваемости и качества подготовки студентов производится в форме ответов на вопросы подготовки к практическим занятиям, обсуждения подготовленных докладов, участия в дискуссиях, решения ситуационных задач и кейсов, выполнения домашних заданий, тестирование, рейтинг – контроль, который проводится в три этапа.

Форма промежуточного контроля – экзамен.

Ниже приводятся примеры заданий по различным темам дисциплины, на основе которых осуществляется контроль усвоения материала.

*Задание.*

Изучить требования ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования». Составить блок-схемы процесса оказания услуг торговли и процесса реализации товаров на розничном предприятии. Провести сравнительный анализ, выявить отличия, сделать обоснованный вывод. Результаты представить в письменной форме.

*Задание.*

Рассчитать потребление мяса и мясопродуктов в краткосрочном прогнозном периоде в регионе РФ при неизменном коэффициенте эластичности. Известно, что фактическое потребление мяса и мясопродуктов на 1-ого человека составляет 57 кг, численность населения – 1,46 млн. чел.

В прогнозном периоде денежные доходы населения возрастут на 31,3 %, индекс потребительских цен составит 108 %. останется неизменным.

*Справочно.* Предположите наличие существенной прямо пропорциональной зависимости увеличения объемов потребления мяса и мясопродуктов от увеличения реальных денежных доходов населения

Решение.

Потребление мяса и мясопродуктов в краткосрочном периоде составит:  
 $57 \times 1,46 \times (131,3 : 108) = 100,94$  (тыс. т)

*Задание. Кейс-задача*

### ***Кросс-маркетинг и услуги такси***

Для гостя удобно, когда он получает пакет услуг, оплачивая его в одном «окне». Не надо думать и беспокоиться о безопасности своих финансов, о возможных формах оплаты. Сможете вы расплатиться в такси банковской картой или такой возможности не будет? Стоять перед выбором – услугами, какой транспортной компании воспользоваться, где дешевле, машина выглядит новее или водитель надежнее? Для гостя гораздо проще и приятнее, когда весь спектр этих проблем решает отель и предлагает наиболее оптимальный по всем критериям вариант.

Наиболее часто встречаются комиссионные схемы сотрудничества между отелями и транспортными компаниями. Эта программа подразумевает фиксированную цену, согласованную с транспортной компанией, по которой гостиница продает транспортную услугу, а потом в оговоренные сроки переводит деньги транспортной компании за минусом своих процентов. Чаще всего комиссионное вознаграждение для отеля варьируется от 10% до 20%.

Результаты, безусловно, будут зависеть от сезона, информированности клиентов,



среднерыночных цен на пассажирские перевозки и т.д. На первом этапе планируется получить дополнительную прибыль в месяц в среднем 18.000 -20.000 рублей.

#### Задание.

Службой маркетинга были разработаны коммерческие предложения о сотрудничестве с компаниями, осуществляющими транспортные перевозки по городу. Выберите из трех предложенных вариантов одно, которое наиболее точно отражает выгоды взаимного сотрудничества и соответствует целям организации.

**Самостоятельная работа** студентов призвана сформировать у него такие знания, умения и навыки, которые способствуют становлению научно подготовленного специалиста, квалифицированно и ответственно выполняющего на практике свои профессиональные обязанности.

В связи с этим, студент выполняет следующие виды самостоятельной работы:

1. *Подготовка к лекциям.* Студент должен иметь потенциальный запас знаний по теме будущей лекции. Для этого необходимо:

- ознакомиться с лекционным материалом, изложенным в учебниках, электронных источниках и т.п.;
- изучить категории и понятия, которые будут использованы в лекции;
- ознакомиться с дискуссионными проблемами будущей лекции;
- подготовить вопросы, требующие разъяснения или объяснения в ходе изложения лекции.

2. *Подготовка к практическим занятиям.* Практическое занятие – одна из широко применимых форм изучения учебного материала, заключающаяся в организованном обсуждении поставленных вопросов. На них обучающиеся углубляют, систематизируют и закрепляют знания, полученные на других видах занятий и в ходе самостоятельной работы. Подготовка к практическим занятиям предполагает:

- изучение материалов лекций, учебников, учебных пособий, первоисточников и материалов в электронных средствах информации;
- формирование умения выделять проблемные вопросы, отвечать по существу на поставленный вопрос, как в плане практического занятия, так и в индивидуальном задании студенту;
- формирование умения обобщать изучаемый материал, а также строить достаточно убедительные и аргументированные, обоснованные выводы;
- выработка навыков самостоятельного поиска научной информации, умения составлять библиографию или список литературы по теме, умения цитировать первоисточники по изучаемой проблеме, которые необходимы при составлении докладов, эссе, презентаций проектов и других видов сообщений.

3. *Самостоятельная работа при подготовке к различным формам текущего и итогового контроля знаний:*

- осмысление и систематизация знаний, полученных на лекциях, практических занятиях, в ходе самостоятельной работы;
- знакомство с вопросами для самоконтроля и их уяснение;
- обращение к ранее изученным материалам по курсу;
- выделение непонятных вопросов и обращение за консультацией к преподавателю.

В целом, изучение курса «Региональный потребительский рынок» предполагает следующие виды самостоятельной работы:

- знакомство с научными работами отдельных авторов либо (рекомендуемые источники приведены в списках литературы), и отчет о работе в виде конспекта при индивидуальном собеседовании с преподавателем на консультации;
- подготовка эссе, докладов, рефератов, презентаций с последующим их обсуждением на практических занятиях;
- обдумывание проблемных вопросов и проблемных ситуаций по тематике предстоящей лекции, практического занятия и выдвижение их для обсуждения в ходе дискуссии;
- подготовка к участию в дискуссиях, круглых столах, коллоквиумах, студенческих конференциях;
- выполнение тестов для самоконтроля при подготовке к практическим занятиям;
- подготовка к контрольному тестированию;
- опыт рецензирования прочитанной литературы, статей, учебников и монографий и т.п.;
- подготовка слайдов-иллюстраций для раскрытия изучаемой проблемы, блок-схем для упрощенного визуального восприятия логической последовательности сложных вопросов.

### **Вопросы для самостоятельной работы студента (СРС)**

1. Что понимают под товарным рынком.
2. Какие особенности товарного рынка Вам известны.
3. В чем заключается концепция продукта.
4. Назвать основные элементы рынка.
5. Какая взаимосвязь элементов рынка существует.
6. Что понимают под «потребностью».
7. Какие признаки классификации потребностей Вам известны.
8. Как потребности могут влиять на развитие того или иного рынка товаров или услуг.
9. Какие существуют классификации потребностей. Дать их сравнительную характеристику.
10. В чем заключается значение классификаций потребностей.
11. Как осуществляется процесс удовлетворения потребностей.
12. В чем заключается отличие установленных потребностей от предполагаемых (латентных)
13. Какие группы потребителей Вам известны.
14. Как осуществляется процесс принятия решения о покупке.
15. Какие поведенческие особенности потребителей можно отметить на рынке услуг в отличие от рынка товаров.
16. Чем отличается понятие товар (продукция) от услуги? Ответ обосновать.
17. Как вы думаете, поведение потребителя при приобретении товара отличается от поведения при оказании услуг? Ответ обоснуйте.
18. Какие существуют классификации продуктов.
19. Что представляет собой рынок товаров промышленного назначения.
20. Дать понятие потребительских и непромышленных товаров.
21. Какие особенности рынка потребительских товаров.
22. Как происходит процесс формирования товарной политики предприятий.
23. Понятия потребительского рынка. Структура рынка.
24. Условия функционирования потребительского рынка.
25. Факторы, определяющие функционирование и развитие потребительского рынка.

26. Особенности функционирования и развития потребительского рынка.
27. Проблемы и направления развития потребительского рынка.
28. В чем отличие розничной торговли от оптовой?
29. Назовите основные функции, выполняемые оптовыми предприятиями в системе товароснабжения.
30. Перечислите организаторов оптового товарооборота.
31. Кто такие оптовые посредники?
32. Классификация методов прогнозирования по форме представления результата.
33. Классификация методов прогнозирования по охвату исследования.
34. Какие задачи стоят перед прогнозированием рынка товаров и услуг.
35. Что представляет собой метод экспертных оценок.
36. В чем заключаются методы анализа и прогнозирования временных рядов.
37. В каких случаях применяют казуальные методы прогнозирования.
38. Какие факторы влияют на выбор того или иного метода прогнозирования.
39. Что означает количественный и качественный анализ рынка.
40. Что представляет собой прогнозирование рынка товаров и услуг.
41. Какие существуют методы прогнозирования рыночных процессов.
42. Дайте понятие потенциальной и реальной емкостей рынка.
43. Как можно классифицировать методы определения емкости рынка?
44. Объясните суть способов определения емкости рынка, основанных на учете объема производства.
45. Объясните суть способов определения емкости рынка, основанных на нормах расходования и потребления.
46. Объясните суть способов определения емкости рынка, основанных на объеме продаж.
47. Для чего необходимо учитывать коэффициент проникновения продаж?
48. Как меняется емкость товарного рынка при понижающейся конъюнктуре?
49. Как меняется емкость рынка при повышающейся конъюнктуре?
50. Классификация методов прогнозирования по величине периода упреждения.
51. Существующие понятия рынка продовольствия, сложившиеся в экономической литературе.
52. Структура и функции рынка продовольствия. Взаимосвязь с системой рынков.
53. Общеэкономические, региональные, отраслевые факторы, определяющие функционирование и развитие рынка продовольствия.
54. Сезонные колебания спроса на отдельных продуктовых рынках.
55. Спрос и предложение на рынке сахара. Квотирование закупок.
56. Формирование рынка молока и молочной продукции.
57. Формирование рынка мяса и мясной продукции.
58. Рыночные цены и сбыт рыбных продуктов.
59. Функции и инструменты государственного регулирования рынка продовольственных товаров
60. Роль государства и региональных органов власти в финансовой поддержке отраслей АПК.
61. Существующие понятия рынка непродовольственных товаров, сложившиеся в экономической литературе.
62. Структура и функции рынка промышленных товаров потребительского назначе-

ния. Взаимосвязь с системой рынков.

63. Общеэкономические, региональные, отраслевые факторы, определяющие функционирование и развитие потребительского рынка непродовольственных товаров.

64. Сезонные колебания спроса на отдельные непродовольственные товары на рынках.

65. Спрос и предложение на рынке детских товаров.

66. Формирование рынка сложнобытовой техники.

67. Формирование рынка художественных промыслов в регионе.

68. Рыночные цены и сбыт стройматериалов.

69. Функции и инструменты государственного регулирования рынка непродовольственных товаров

70. Роль государства и региональных органов власти в финансовой поддержке градообразующих предприятий региона.

71. Каковы основные стадии изменения конкурентной ситуации на потребительском рынке?

72. Как менялись ведущие участники российских потребительских рынков в конце 1990-х - начале 2000-х годов?

73. Какие угрозы возникли с приходом на российский рынок глобальных сетей?

74. В чем заключаются конкурентные преимущества российских и западных сетевых компаний?

75. Как перестраиваются товаропроводящие цепи и правила взаимодействия между участниками рынка?

76. В каких направлениях меняются господствующие концепции контроля с приходом на российский рынок транснациональных операторов?

77. Какие конкурентные стратегии вырабатываются российскими сетевыми компаниями на рынках потребительских товаров на современном этапе?

78. В чём заключается сущность товарной политики? Чем она отличается от торговой политики?

79. Что такое «жизненный цикл товара»? Охарактеризуйте этапы жизненного цикла товара.

80. Дайте характеристику понятиям «товарный знак» и «товарная марка»

81. В чем заключаются особенности рынка услуг. Какая существует классификация услуг.

82. В чем проявляется влияние государства в сфере услуг.

83. Какие услуги относятся к нематериальным, раскройте их содержание.

84. Что представляют собой услуги, оказываемые материальным производством.

85. В чем заключается влияние территориальных факторов на развитие рынка услуг.

### ***ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ***

1. Исследование рынка детского питания в Российской Федерации (или Владимирской области).

2. Обзор рынка мобильных телефонов в г. Владимире.

3. Исследование российского рынка цветных телевизоров (или рынка г. Владимира).

4. Исследование рынка туристических услуг во Владимирской области.

6. Обзор рынка колбасных изделий в г. Владимире.

7. Исследование рынка парфюмерно-косметических товаров отечественного произ-

водства.

8. Обзор рынка ювелирных изделий во Владимирской области (или г. Владимире).
9. Обзор рынка офисной мебели в РФ и Владимирской области.
10. Исследование рынка бытовых холодильников в РФ.
11. Российский рынок трикотажных изделий.
12. Изучение рынка медицинских услуг в г. Владимире.
13. Обзор рынка плодоовощной продукции в г. Владимире.
14. Обзор рынка ресторанных услуг в г. Владимире.
15. Владимирский рынок мягкой мебели.
16. Обзор рынка молочной продукции в г. Владимире.
17. Изучение рынка биологически активных добавок в РФ и г. Владимире.
18. Обзор аптечного рынка г. Владимира (продажи социально доступных лекарственных средств)
19. Обзор рынка электроинструментов в г. Владимире.
20. Обзор рынка компьютерной техники в г. Владимире.
21. Российский рынок услуг пассажирского транспорта (на примере Владимирской области).
22. Обзор российского и владимирского рынка замороженных морепродуктов.
23. Изучение рынка фруктовых соков в РФ (или Владимирской области).
24. Обзор рынка мяса и мясных продуктов г. Владимира (или Владимирской области)
25. Обзор рынка досугово-развлекательных услуг для молодежи г. Владимира
26. Анализ рынка услуг для «семейного отдыха» («выходного дня») г. Владимира
27. Обзор рынка молока и молочных продуктов г. Владимира (или Владимирской области)
28. Сравнительный анализ рынка образовательных услуг по направлению «Торговое дело» в Центральном Федеральном округе РФ и Владимирской области.

### ***ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ***

1. Понятие, участники и функции рынка.
2. Особенности региональных рынков и их функции.
3. Система и классификация региональных рынков.
4. Легальные, нелегальные рынки и полуплегальные рынки.
5. Понятие и функции регионального потребительского рынка.
6. Место рынка потребительских товаров в общей структуре национального рынка.
7. Структура рынка потребительских товаров.
8. Границы регионального товарного рынка
9. Цели и объекты конъюнктурного исследования
10. Система показателей для изучения конъюнктуры рынка
11. Комплексный подход к исследованию экономической конъюнктуры регионального рынка
12. Формы и методы административного регулирования потребительского рынка товаров и услуг
13. Формы и методы косвенного регулирования потребительского рынка товаров и услуг
14. Цель и задачи функционирования рынка потребительских товаров.

15. Условия, определяющие функционирование и развитие регионального потребительского рынка
16. Факторы, определяющие функционирование и развитие регионального потребительского рынка
17. Методы анализа, оценки состояния и прогнозирования развития регионального потребительского рынка
18. Сегментирование регионального потребительского рынка
19. Локальные потребительские рынки в составе региона
20. Инфраструктура рынка потребительских товаров
21. Рынок продовольствия в структуре потребительского рынка
22. Понятия и структура рынка продовольствия
23. Условия, определяющие функционирования регионального рынка продовольствия
24. Факторы, определяющие функционирование и развитие регионального рынка продовольствия
25. Инфраструктура рынка продовольствия
26. Государственное регулирование рынка продовольствия
27. Понятия и структура рынка промышленных товаров потребительского назначения
28. Условия, определяющие функционирование и развитие регионального рынка непродовольственных товаров.
29. Факторы, определяющие функционирование и развитие регионального рынка непродовольственных товаров
30. Инфраструктура рынка непродовольственных товаров
31. Роль оптовой и розничной торговли на потребительском рынке
32. Сетевые торговые компании: классификация и формат
33. Особенности пространственного распределения торговых сетей в регионе
34. Особенности развития сети розничной торговли эконом класса
35. Франчайзинг как способ развития сетевой торговли
36. Аутсорсинг в розничных торговых сетях
37. Государственное регулирование рынка непродовольственных товаров
38. Понятия и структура рынка услуг для населения
39. Условия, определяющие функционирование и развитие регионального рынка потребительских услуг.
40. Факторы, определяющие функционирование и развитие регионального рынка услуг
41. Инфраструктура рынка потребительских услуг
42. Государственное регулирование рынка услуг
43. Сущность, понятие, основные элементы и виды товарной политики
44. Понятие и классификация товарного ассортимента
45. Управление товарным ассортиментом
46. Фирменный стиль и товарный знак
47. Марки товаров. Виды марочной товарной политики
48. Упаковка и товарная политика
49. Брендинг как инструмент товарной политики
50. Особенности продвижения на рынок новых продуктов (услуг)

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### а) основная литература

1. Иневатова, О.А. Региональные рынки [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.А. Иневатова, С.А. Дедеева, Ю.А. Макарова. - Оренбург: ОГУ, 2015. - 204 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/54154.html>.
2. Иневатова О.А. Региональные рынки [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.А. Иневатова, Ю.А. Макарова, С.А. Дедеева. - Оренбург: ОГУ, 2015. - 203 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/98111>
3. Синяева И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. - М.: Дашков и К, 2014. - 252 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020902.html>

### б) дополнительная литература

1. Алексейчева Е. Ю. Экономическая география и регионалистика [Электронный ресурс]: учебник / Е. Ю. Алексейчева, Д. А. Еделев, М. Д. Магомедов. - М.: Дашков и К, 2014. - 376 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394012440.html>
2. Новаков А.А. Секреты розничной торговли. Вопросы и ответы [Электронный ресурс]. - М.: Инфра-Инженерия, 2013. - 464 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972900602.html>
3. Радаев В.В. Кому принадлежит власть на потребительских рынках: отношения розничных сетей и поставщиков в современной России [Электронный ресурс]. – М/: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011. - 383 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/66072>.
4. Экономическая теория. Микроэкономика-1, 2: Учебник / Под общ. ред. заслуженного деятеля науки РФ, проф., д-ра экон. наук Г. П. Журавлевой. - М.: Дашков и К, 2014. - 934 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/doc/ISBN9785394011344-SCN0009.html>

### в) периодические издания\*

1. Вопросы экономики\*
2. Маркетинг в России и за рубежом\*
3. Проблемы прогнозирования\*
4. Проблемы современной экономики\*
5. Региональная экономика: теория и практика\*
6. Российский экономический журнал\*

*Примечание: \* - литература из фонда библиотеки ВлГУ*

### г) нормативно-правовая литература

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации: принят Государственной Думой 21 октября 1994 г. (с изм. и доп.) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».
2. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: федер. закон Российской Федерации от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ (с изм. и доп.). [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».
3. О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Фе-

дерации: федер. закон Российской Федерации от 30.12.2006 г. № 271-ФЗ (с изм. и доп.) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

4. О защите прав потребителей: федер. закон Российской Федерации от 07.02.1992 г. № 2300-1 (с изм. и доп.) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс»

5. О качестве и безопасности пищевых продуктов: федер. закон Российской Федерации от 02.01.2000 г. № 29-ФЗ 1 (с изм. и доп.) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

6. Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации: постановление Правительства РФ от 19.01.1998 г. № 55 (с изм. и доп.) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

7. ГОСТ Р 51303-99 Торговля. Термины и определения [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

8. ГОСТ Р 51304-2009 Услуги торговли. Общие требования. [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

#### **д) электронные ресурсы:**

1. <http://www.gks.ru/> - официальный сайт ФСГС
2. <http://www.rospotrebnadzor.ru/> - официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека
3. <http://edu.ru/> Федеральный портал «Российское образование»
4. <http://ecsocman.edu.ru/> Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
5. <http://openet.edu.ru/> - Российский портал открытого образования
6. <http://www.foodmarket.spb.ru/> - журнал «Российский продовольственный рынок»
7. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) – Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
8. <http://library.vlsu.ru/> - сайт научной библиотеки ВлГУ

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Для материально-технического обеспечения дисциплины «Региональный потребительский рынок» используются специализированная аудитория с ПК и компьютерным проектором, наборы презентаций для лекционных и практических занятий, отражающие научную и прикладную проблематику данного курса, библиотека ВлГУ, использование наглядных пособий, информационной справочной системы «Консультант Плюс».

#### **Примечание**

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.



Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело»


Рабочую программу составил к.э.н. доц. Туровская И.В. 


Рецензент

(представитель работодателя) ООО «ГИПЕРГЛОБУС» г. Владимир

руководитель отдела персонала Истратова О. В.



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства протокол № 1 от 30.08.2018 г.  
Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьес О.Б. 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 38.03.06 «Торговое дело» протокол № 1 от 30.08.2018 г.  
Председатель комиссии Полоцкая О.П. 

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на 2019/2020 учебный год

Протокол заседания кафедры №1 от 26.08.2019 года

Заведующий кафедрой к.э.н., доц. Ярьев О.Б. \_\_\_\_\_



Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_