

АННОТАЦИЯ

Рабочей программы учебной дисциплины РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

Направление подготовки магистров 38.04.06 – «Торговое дело»

Профиль подготовки «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг»

Кафедра коммерции и гостеприимства

Цель изучения дисциплины	формирование 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 рынков2. 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
Пререквизиты дисциплины	опирается на знаниях предметов образовательной программы бакалавриата
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	ПК-5: способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- метода анализа и прогнозирования;- значение влияния потребностей населения на обеспечение конкурентоспособности отдельных товаров и услуг на рынке;- основные источники получения информации о рынке и потребителях <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- анализировать и оценивать конъюнктуру регионального потребительского рынка;- ориентироваться в информационных потоках о различных товарных рынках и рынках услуг; <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none">-методами исследования конкретных потребительских рынков товаров и услуг;- навыками сбора, анализа и обработки информации, необходимой для решения коммерческих задач

Используемые инструментальные и программные средства:	Пакет MS-Office, презентации (Power Point), электронные учебные материалы в сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета, электронные рассылки по E-mail
Формы текущего контроля:	кейсы, задачи, организационно-деятельностные игры, самостоятельные задания, тесты, рейтинг-контроль
Форма промежуточного контроля знаний:	зачёт

Составитель аннотации

И.Ф. Жуковская

Заведующий кафедрой КиГ

О.Б. Яресь

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.04.06



О.Б. Яресь