

## 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

<b>Цель изучения дисциплины</b>	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
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Региональный рынок как система рынков</li><li>2. Региональный потребительский рынок: понятие, структура, факторы функционирования</li><li>3. Методы анализа, оценки состояния и прогнозирования развития потребительского рынка региона</li><li>4. Рынок продовольствия в структуре регионального потребительского рынка</li><li>5. Региональный рынок промышленных товаров потребительского назначения</li><li>6. Роль сетевых компаний в развитии регионального потребительского рынка</li><li>7. Товарная политика на региональном потребительском рынке. Формирование товарного ассортимента</li><li>8. Региональный рынок потребительских услуг</li><li>9. Инфраструктура рынка потребительских товаров и услуг региона</li></ol>
<b>Пререквизиты дисциплины</b>	Дисциплина «Региональный потребительский рынок» опирается на знания предметов образовательной программы бакалавриата
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</b>	<b>ПК-5</b> 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)
<b>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b>	<b>ПК-5</b> <b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- методы анализа и прогнозирования;</li><li>- значение влияния потребностей населения на обеспечение конкурентоспособности отдельных товаров и услуг на рынке;</li><li>- основные источники получения информации о рынке и потребителях</li></ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- анализировать и оценивать конъюнктуру регионального потребительского рынка;</li><li>- ориентироваться в информационных потоках о различных товарных рынках и рынках услуг;</li></ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- методами исследования конкретных потребительских рынков товаров и услуг;</li><li>- навыками сбора, анализа и обработки информации, необходимой</li></ul>

	для решения коммерческих задач
<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, тесты, рейтинг-контроль
<b>Форма промежуточного контроля знаний:</b>	зачёт

Составитель аннотации



И.Ф. Жуковская

Заведующий кафедрой КиГ



О.Б. Ярьс

Председатель учебно-методической комиссии  
направления 38.04.06

О.Б. Ярьс