

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

**Декан экономического факультета,
д.э.н., профессор **О.Н. Кусакина**
«24» мая 2022 года**

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.18 «Рынки потребительских товаров»

Шифр и наименование дисциплины по учебному плану

38.03.02 Менеджмент

Код и наименование направления подготовки/специальности

Маркетинг

Наименование профиля подготовки/специализации/магистерской программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация выпускника

Очная, очно-заочная

Форма обучения

2022

год набора на ОП

Ставрополь, 2022

1. Цель дисциплины

Цель дисциплины Б1.В.18 «Рынки потребительских товаров» состоит в приобретении студентами знаний о закономерностях формирования и развития рынков потребительских товаров в современных условиях, принципах поведения коммерческих организаций на данных рынках, а также возможности и необходимости государственного регулирования рынков потребительских товаров.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции*	Код(ы) и наименование (-ия) индикатора(ов) достижения компетенций**	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности	ПК- 1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	Знания: – теоретические и практические основы исследования рынков потребительских товаров, формирующих маркетинговую среду организации (ПК- 1.1)
		Умения: – проводить исследования рынков потребительских товаров, формирующих маркетинговую среду организации (ПК- 1.1)
		Навыки и/или трудовые действия – проведения исследования рынков потребительских товаров, формирующих маркетинговую среду организации (ПК- 1.1)
ПК- 2. Способен исследовать и прогнозировать потребительский спрос	ПК - 2.1 Изучает потребительский спрос и рынки сбыта товаров (услуг)	Знания: – основы исследования, выявления и удовлетворения потребностей покупателей потребительских товаров, прогнозирования спроса потребителей, анализа информации о конъюнктуре рынков сбыта потребительских товаров (ПК- 2.1)
		Умения: – выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, прогнозировать спрос потребителей, анализировать информацию о конъюнктуре рынков сбыта потребительских товаров (ПК- 2.1)
		Навыки и/или трудовые действия : – выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, прогнозирования спроса потребителей, анализа информации о конъюнктуре рынков сбыта потребительских товаров (ПК- 2.1)

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.18 «Рынки потребительских товаров» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение дисциплины осуществляется:

- для студентов очной формы обучения – в 7 семестре;
- для студентов очно-заочной формы обучения – в 7 семестре.

Для освоения дисциплины «Рынки потребительских товаров» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин бакалавриата : Конкурентный анализ, Маркетинговые исследования, Поведение потребителей, Маркетинг в АПК, Теория конкуренции, Конкуренция и конкурентоспособность, Производственная практика.

Освоение дисциплины «Рынки потребительских товаров» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин : Международный маркетинг, Стратегический маркетинг, Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.18 «Рынки потребительских товаров» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Очная форма обучения

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
7	144/4	18	36		54	36	экзамен
в т.ч. часов: <i>в интерактивной форме</i>		4	6				
<i>практической подготовки (при наличии)</i>		18	36		54		

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
7	144/4	2					0,25

Очно-заочная форма обучения

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
7	144/4	14	30		64	36	экзамен
в т.ч. часов: <i>в интерактивной форме</i>		4	6				
<i>практической подготовки (при наличии)</i>		14	30		64		

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
7	144/4	2					0,25

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием ответственного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения

№ пп	Разделы (модули) дисциплины и темы занятий	Количество часов				Сам. работы	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций***	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия					
				Практические					
1	Рынки потребительских товаров: предмет, методы, основные категории дисциплины	7	2	2		3	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования тест	ПК 1.1 ПК 2.1
2	Классификация рынков потребительских товаров, и их место в экономике страны	7		4		3	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Комплект задач	ПК 1.1 ПК 2.1
3	Конъюнктура и инфраструктура рынков потребительских товаров	7	2	2		3	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования тест	ПК 1.1 ПК 2.1
4	Выявление потребностей покупателей и прогнозирование спроса на рынках сбыта потребительских товаров	7	2	2		3	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1
	Контрольная точка № 1 по темам 1-4	5		2		3	Контрольная работа	Комплект заданий	ПК 1.1 ПК 2.1
5	Информационное обеспечение рынка потребительских товаров	9	2	4		3	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1
6	Показатели концентрации и рыночной власти на рынках потребительских товаров	6	2	2		3	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1
7	Рыночные границы и барьеры входа/выхода на рынок	7	2	2		3	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1

№ пп	Разделы (модули) дисциплины и темы занятий	Количество часов				Сам.работы	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия					
				Практические					
8	Стратегическое поведение фирм на рынках потребительских товаров	7	2	2		3	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1
	Контрольная точка № 2 по темам 5-8	5		2		3	Контрольная работа	Комплект заданий	ПК 1.1 ПК 2.1
9	Научные исследования для анализа рынков потребительских товаров	7	2	2		3	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1
10	Государственное регулирование рынков потребительских товаров	8	2	4		3	Тестирование Решение практико-ориентированных задач	Тесты комплект задач	ПК 1.1 ПК 2.1
11	Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на рынке продовольственных товаров	7		4		3	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1
	Контрольная точка № 3 по темам 9-11	5		2		3	Контрольная работа	Комплект заданий	ПК 1.1 ПК 2.1
	Промежуточная аттестация	12				12	Курсовая работа	Темы курсовых работ	
		36					Экзамен	Вопросы к экзамену	ПК 1.1 ПК 2.1
	<i>Итого</i>	144	18	36		54			

Очно-заочная форма обучения

№ ПП	Разделы (модули) дисциплины и темы занятий	Количество часов				Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций	
		Всего	Лекции	Семинарские занятия					
				Практические					
1	Рынки потребительских товаров: предмет, методы, основные категории дисциплины	7	1	2		4	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования тест	ПК 1.1 ПК 2.1
2	Классификация рынков потребительских товаров, и их место в экономике страны	7	1	2		4	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Комплект задач	ПК 1.1 ПК 2.1
3	Конъюнктура и инфраструктура рынков потребительских товаров	8	2	2		4	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования тест	ПК 1.1 ПК 2.1
4	Выявление потребностей покупателей и прогнозирование спроса на рынках сбыта потребительских товаров	7	1	2		4	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1
	Контрольная точка № 1 по темам 1-4	5		2		3	Контрольная работа	Комплект заданий	ПК 1.1 ПК 2.1
5	Информационное обеспечение рынка потребительских товаров	7	1	2		4	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1
6	Показатели концентрации и рыночной власти на рынках потребительских товаров	7	1	2		4	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1

№ пп	Разделы (модули) дисциплины и темы занятий	Количество часов				Сам.работы	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия					
				Практические					
7	Рыночные границы и барьеры входа/выхода на рынок	7	1	2		4	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1
8	Стратегическое поведение фирм на рынках потребительских товаров	8	2	2		4	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1
	Контрольная точка № 2 по темам 5-8	5		2		3	Контрольная работа	Комплект заданий	ПК 1.1 ПК 2.1
9	Научные исследования для анализа рынков потребительских товаров	8	2	2		4	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1
10	Государственное регулирование рынков потребительских товаров	8	1	4		3	Тестирование Решение практико-ориентированных задач	Тесты комплекта задач	ПК 1.1 ПК 2.1
11	Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на рынке продовольственных товаров	7	1	2		4	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования	ПК 1.1 ПК 2.1
	Контрольная точка № 3 по темам 9-11	5		2		3	Контрольная работа	Комплект заданий	ПК 1.1 ПК 2.1
	Промежуточная аттестация	12				12	Курсовая работа	Темы курсовых работ	ПК 1.1 ПК 2.1
		36					Экзамен	Вопросы к экзамену	
	<i>Итого</i>	144	14	30		64			

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий*

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятия)/(практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		очная форма	Очно-заочная форма
Рынки потребительских товаров: предмет, методы, основные категории дисциплины <i>Лекция-визуализация</i>	<p>Исторический аспект возникновения научных знаний отраслевых рынков. Этапы развития научных знаний о рынках потребительских товаров.</p> <p>Соотношение категорий рынок и отрасль. Функции, критерии выделения потребительских рынков.</p> <p>Предмет и метод изучения рынков потребительских товаров.. Основные проблемы, изучаемые дисциплиной.</p> <p>Основные понятия дисциплины «Рынки потребительских товаров»: рынок, потребительский рынок, товар.</p>	2/2/2	1/1/1
Классификация рынков потребительских товаров, и их место в экономике страны	<p>Классификационные признаки рынков потребительских товаров. Состав и структура рынков потребительских товаров.</p> <p>Факторы, влияющие на рынки потребительских товаров. Место рынков потребительских товаров в отраслевой экономике. Принципы и факторы их размещения.</p>	0/0/0	1/0/1
Конъюнктура и инфраструктура рынков потребительских товаров <i>Лекция - дискуссия</i>	<p>Отраслевая рыночная конъюнктура: понятие и состав</p> <p>Рыночная конъюнктура: понятие, классификация, Состояние и тенденции развитие рыночной инфраструктуры. Факторы рыночной инфраструктуры, влияющие на рынок потребительских товаров.</p>	2/0/2	2/2/2
Выявление потребностей покупателей и прогнозирование спроса на рынках сбыта потребительских товаров	<p>Необходимость выявления потребностей людей в товарах, Классификация потребностей человека.</p> <p>Способы определения потребности в товарах.</p> <p>Емкость рынка. Способы расчета емкости рынка: оценка спроса, оценка предложения.</p>	2/0/2	1/0/1
Информационное обеспечение рынка потребительских товаров <i>Лекция-визуализация</i>	<p>Информация как фактор управления рынком продовольственных товаров.</p> <p>Содержание и классификация рыночной информации о потребительских товарах.</p> <p>Источники получения информации о потребительских товарах: внешняя и внутренняя информация</p>	2/2/2	1/1/1
Показатели концентрации и рыночной власти на рынках потребительских товаров	<p>Понятие рыночной концентрации. Показатели и критерии оценки рыночных структур. Индекс концентрации крупнейших производителей отрасли, индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс Холла-Тайдмана, показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей.</p> <p>Показатели рыночной власти фирм на основе индекса Бейна,</p>	2/0/2	1/0/1

	индекса Лернера, коэффициента Тобина, индекса Папандреу. Методы расчета и приблизительные значения для каждого вида рынка.		
Рыночные границы и барьеры входа/выхода на рынок	<p>Определение границ рынка: товарных (продуктовых), географических и временных. Методы определения товарных границ рынка</p> <p>Определение барьеров входа в теории организации отраслевых рынков. Нестратегические и стратегические, институциональные барьеры входа Оценка эффективности и высоты барьеров входа и выхода.</p>	2/0/2	1/0/1
Стратегическое поведение фирм на рынках потребительских товаров	<p>Понятие стратегии фирм. Виды рыночных стратегий. Объем выпуска как объект стратегического поведения. Модели Курно и Штакельберга. Стратегическая переменная цены. Ценовые войны. Модель Бертрана.</p> <p>Стратегии сдерживания входа, предоставления входа и блокированного входа в отрасль. Оптимальность выбора стратегии.</p>	2/0/2	2/0/2
Научные исследования для анализа рынков потребительских товаров	<p>Методология исследования рынка продовольственных товаров.</p> <p>Понятие анализа отраслевого рынка, его цель, задачи. Этапы проведения анализа отраслевых рыночных структур. Виды отраслевого анализа. Параметры оценки рыночных структур. Ступенчатый анализ рынка. Сегментирование рынка. Эксперимент в теории исследования потребительского рынка.</p>	2/0/2	2/0/2
Государственное регулирование рынков потребительских товаров	<p>Понятие государственного регулирования отраслевых рынков. Основания для государственного регулирования и история вопроса. Цели вмешательства государства в функционирование отраслевой структуры. Инструменты государственного регулирования отраслевых рынков.</p> <p>Типы государственной отраслевой политики. Антимонопольная политика и антимонопольное законодательство. Принципы государственной антимонопольной политики.</p>	2/0/2	1/0/1
Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на рынке продовольственных товаров	<p>Понятие и виды конкуренции</p> <p>Особенности российской конкурентной политики.</p> <p>Структура монополистической конкуренции.</p> <p>Соотношение категорий конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность. Влияние конкуренции на конкурентоспособность отраслевых товаров и производств. Факторы конкурентоспособности продовольственных товаров. Подходы к оценке конкурентоспособности продовольственных товаров.</p>	0/0/0	1/0/1
Итого		18/4/18	14/4/14

5.2. Семинарские (практические, лабораторные) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме*

Наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия (вид интерактивной формы проведения занятий*)	Вид текущего контроля	Всего, часов / часов интерактивных занятий			
			Очная форма		очно-заочная форма	
			прак	лаб	прак	лаб
Рынки потребительских товаров: пред-	Исторический аспект возникновения научных знаний отраслевых рынков. Этапы развития научных знаний о рынках потребительских товаров.	Собеседование Тестирование	2/0/2		2/0/2	

мет, методы, основные категории дисциплины.	<p>Соотношение категорий рынок и отрасль. Функции, критерии выделения потребительских рынков.</p> <p>Предмет и метод изучения рынков потребительских товаров. Основные проблемы, изучаемые дисциплиной.</p> <p>Основные понятия дисциплины «Рынки потребительских товаров»: рынок, потребительский рынок, товар.</p>					
Классификация рынков потребительских товаров, и их место в экономике страны.	<p>Классификационные признаки рынков потребительских товаров. Состав и структура рынков потребительских товаров.</p> <p>Факторы, влияющие на рынки потребительских товаров в отраслевой экономике. Принципы и факторы их размещения.</p>	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	4/0/4		2/0/2	
Конъюнктура и инфраструктура рынков потребительских товаров	<p>Отраслевая рыночная конъюнктура: понятие и состав</p> <p>Рыночная конъюнктура: понятие, классификация, Состояние и тенденции развитие рыночной инфраструктуры. Факторы рыночной инфраструктуры, влияющие на рынок потребительских товаров.</p>	Собеседование Тестирование	2/0/2		2/0/2	
Выявление потребностей покупателей на рынках продовольственных товаров (<i>работа в малых группах</i>)	<p>Необходимость выявления потребностей людей в товарах, Классификация потребностей человека.</p> <p>Способы определения потребности в товарах.</p> <p>Емкость рынка. Способы расчета емкости рынка: оценка спроса, оценка предложения.</p>	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	2/2/2		2/2/2	
Контрольная точка № 1 по темам 1-4		Контрольная работа	2/0/2		2/0/2	
Информационное обеспечение рынка продовольственных товаров	<p>Информация как фактор управления рынком продовольственных товаров.</p> <p>Содержание и классификация рыночной информации о потребительских товарах.</p> <p>Источники получения информации о потребительских товарах: внешняя и внутренняя информация</p>	Собеседование Тестирование	4/0/4		2/0/2	
Показатели концентрации и рыночной власти на рынках потребительских товаров (<i>работа в ма-</i>	<p>Понятие рыночной концентрации. Показатели и критерии оценки рыночных структур. Индекс концентрации крупнейших производителей отрасли, индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс Холла-Тайдмана, показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей.</p> <p>Показатели рыночной власти фирм на основе индекса Бейна, индекса Лернера, коэффициента Тобина, индекса Папандреу. Методы рас-</p>	Собеседование Тестирование	2/2/2		2/2/2	

ных групп)	чета и приближительные значения для каждого вида рынка.					
Рыночные границы и барьеры входа/выхода на рынок	<p>Определение границ рынка: товарных (продуктовых), географических и временных. Методы определения товарных границ рынка</p> <p>Определение барьеров входа в теории организации отраслевых рынков. Нестратегические и стратегические, институциональные барьеры входа Оценка эффективности и высоты барьеров входа и выхода.</p>	<p>Собеседование</p> <p>Решение практико-ориентированных задач</p>	2/0/2		2/0/2	
Стратегическое поведение фирм на рынках потребителейских товаров	<p>Понятие стратегии фирм. Виды рыночных стратегий. Объем выпуска как объект стратегического поведения. Модели Курно и Штакельберга. Стратегическая переменная цены. Ценовые войны. Модель Бертрана.</p> <p>Стратегии сдерживания входа, предоставления входа и блокированный вход в отрасль. Оптимальность выбора стратегии.</p>	<p>Собеседование</p> <p>Решение практико-ориентированных задач</p>	2/0/2		2/0/2	
Контрольная точка № 2 по темам 5-8		Контрольная работа	2/0/2		2/0/2	
Научные исследования для анализа рынков потребителейских товаров	<p>Методология исследования рынка продовольственных товаров.</p> <p>Понятие анализа отраслевого рынка, его цель, задачи. Этапы проведения анализа отраслевых рыночных структур. Виды отраслевого анализа. Параметры оценки рыночных структур. Ступенчатый анализ рынка. Сегментирование рынка.</p> <p>Эксперимент в теории исследования потребительского рынка.</p>	<p>Собеседование</p> <p>Решение практико-ориентированных задач</p>	2/0/2		2/0/2	
Государственное регулирование рынков потребителейских товаров (работа в малых группах)	<p>Понятие государственного регулирования отраслевых рынков. Основания для государственного регулирования и история вопроса. Цели вмешательства государства в функционирование отраслевой структуры. Инструменты государственного регулирования отраслевых рынков.</p> <p>Типы государственной отраслевой политики. Антимонопольная политика и антимонопольное законодательство. Принципы государственной антимонопольной политики.</p>	<p>Тестирование</p> <p>Решение практико-ориентированных задач</p>	4/2/4		4/2/4	
Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на рынке продовольственных товаров	<p>Понятие и виды конкуренции</p> <p>Особенности российской конкурентной политики.</p> <p>Структура монополистической конкуренции. Соотношение категорий конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность. Влияние конкуренции на конкурентоспособность отраслевых товаров и производств. Факторы конкурентоспособности продовольственных товаров. Подходы к оценке конкурентоспособности продовольственных товаров.</p>	<p>Собеседование</p> <p>Тестирование</p>	4/0/4		2/0/2	
Контрольная точка № 3 по темам 9-11		Контрольная работа	2/0/2		2/0/2	

Итого	36/6/36	30/6/30
-------	---------	---------

*Интерактивные формы проведения занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся в соответствии с Положением об интерактивных формах обучения в ФГБОУ ВО Ставропольский ГАУ.

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом предусмотрен.

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Виды самостоятельной работы	Очная форма, часов		Очно-заочная форма, часов	
	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации
Подготовка к собеседованиям	11	-	14	
Подготовка к тестированию	11	-	14	
Самостоятельное решение практико-ориентированных задач	11	-	15	
Подготовка к контрольным точкам в виде контрольных работ	9	-	9	
Подготовка курсовой работы	12	-	12	
Подготовка к экзамену	-	36	-	36
ИТОГО	54	36	64	36

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Рынки потребительских товаров» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Рынки потребительских товаров».
2. Методические рекомендации по освоению дисциплины «Рынки потребительских товаров».
3. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Рынки потребительских товаров».
4. Методические рекомендации по выполнению контрольных работ.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	интернет-ресурсы (из п.9 РПД)
1	Рынки потребительских товаров: предмет, методы, основные категории дисциплины.	1,2,3	1,2,4	www.mcx.ru www.gks.ru
2	Классификация рынков потребительских товаров, и их место в экономике страны.	1,3	1,2,4	www.mcx.ru www.consultant.ru/ www.garant.ru/

3	Конъюнктура и инфраструктура рынков потребительских товаров	1,2,3	1,5,7	www.vopreco.ru www.mcx.ru
4	Выявление потребностей покупателей на рынках продовольственных товаров	1,2,3	1,2,4,8	www.mcx.ru www.garant.ru/
5	Информационное обеспечение рынка продовольственных товаров	1,2,3	1,2,4,7	www.mcx.ru www.consultant.ru/
6	Показатели концентрации и рыночной власти на рынках потребительских товаров	1,3	2,3,4,6	www.mcx.ru www.vopreco.ru
7	Рыночные границы и барьеры входа/выхода на рынок	1,2,3	1,2,4	www.gks.ru www.mcx.ru
8	Стратегическое поведение фирм на рынках потребительских товаров	1,2,3	1,2,4,5	www.gks.ru www.aup.ru
9	Научные исследования для анализа рынков потребительских товаров	1,2,3	2,4,9	www.mcx.ru www.garant.ru/
10	Государственное регулирование рынков потребительских товаров	1,3	2,3,4,6	www.mcx.ru www.vopreco.ru
11	Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на рынке продовольственных товаров	1,2,3	1,2,4	www.mcx.ru www.gks.ru

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Рынки потребительских товаров»

7.1. Перечень индикаторов компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Очная форма обучения

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК- 1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	Конкурентный анализ						+				
	Международный маркетинг							+			
	Маркетинговые исследования				+						
	Поведение потребителей					+					
	Рынки потребительских товаров							+			
	Маркетинг в АПК			+							
	Теория конкуренции			+							
	Конкуренция и конкурентоспособность			+							
	Производственная практика						+				
	Преддипломная практика								+		
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена								+		
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								+			
ПК - 2.1 Изучает потре-	Стратегический маркетинг								+		

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
бительский спрос и рынки сбыта товаров (услуг)	Маркетинговые исследования				+						
	Поведение потребителей					+					
	Рынки потребительских товаров							+			
	Производственная практика						+				
	Преддипломная практика								+		
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена								+		
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								+		

Очно-заочная форма обучения

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК- 1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	Конкурентный анализ						+				
	Международный маркетинг							+			
	Маркетинговые исследования				+						
	Поведение потребителей					+					
	Рынки потребительских товаров							+			
	Маркетинг в АПК			+							
	Теория конкуренции			+							
	Конкуренция и конкурентоспособность			+							
	Производственная практика						+				
	Преддипломная практика								+		
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена								+		
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								+		
ПК - 2.1 Изучает потребительский спрос и рынки сбыта товаров (услуг)	Стратегический маркетинг								+		
	Маркетинговые исследования				+						
	Поведение потребителей					+					
	Рынки потребительских товаров							+			
	Производственная практика						+				
	Преддипломная практика								+		
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена								+		
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								+			

7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Рынки потребительских товаров» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Рынки потребительских товаров» проводится в форме экзамена.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО».

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
Контрольная точка 1	Тестирование	8
	Теоретические вопросы	4
	Практико-ориентированные задачи	8
Контрольная точка 2	тестирование	8
	Теоретические вопросы	4
	Практико-ориентированные задачи	8
Контрольная точка 3	тестирование	8
	Теоретические вопросы	4
	Практико-ориентированные задачи	8
Сумма баллов по итогам текущего контроля		60
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических занятиях		15
Поощрительные баллы (написание статей, подготовка рефератов.)		15
Итого		100

*** Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций – совпадает с теми, что даны в п. 5.1.

Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций
Критерии оценки посещения и работы на лекционных занятиях (max 10 баллов)

10 баллов – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя

-1 балл – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Результативность работы на практических занятиях оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

1 балл – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; **0,5 балла** – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (**max – 2 балла**);

1 балл – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; **0,5 балла** - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (**max – 4 балла**);

1 балл – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (**max – 8 баллов**).

0,1 балла – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практико-ориентированных задач) по каждой из тем (**max – 1 балл**).

Рейтинговая оценка знаний при проведении текущего контроля успеваемости **на контрольных точках** позволяет обучающемуся набрать до 60 баллов. Знания, умения и навыки по формируемым компетенциям оцениваются по результатам выполнения письменной контрольной работы (контрольная точка), которая включает теоретический вопрос (оценка знаний), тестовые задания (оценка умений) и практико-ориентированные задания (оценка умений и навыков).

Критерии оценивания контрольной точки

Задание (количество)	Количество баллов
Теоретический вопрос (2)	до 4
Тест (10)	до 8
Задача (1)	до 8
Итого	max 20

Теоретический вопрос

4 балла - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

3 балла - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

2 балла - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

1 балл - дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные

и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Тестовые задания

8 баллов - выставляется студенту, если в тесте 100% правильных ответов;

7 баллов - выставляется студенту, если в тесте 90% правильных ответов

6 баллов - при 80% правильных ответов;

5 баллов - 60% правильных ответов;

4 балла - 50% правильных ответов;

3 балла - 40% правильных ответов

0 баллов - менее 40% правильных ответов.

Практико-ориентированная задача

8 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

6 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.

4 балла Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ

3 балла Задача решена с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.

2 балла Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

1 балл Задача решена неправильно и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

0 баллов Задача не решена.

Если за письменные ответы на контрольной точке обучающийся не получил удовлетворяющее его количество баллов, то он может получить поощрительные баллы. **Поощрительные баллы** начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – *max 15 баллов*. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очно-заочной формы обучения

Для студентов очно-заочной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
Контрольная точка	Тестирование	8

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
ка 1	Теоретические вопросы	4
	Практико-ориентированные задачи	8
Контрольная точка 2	тестирование	8
	Теоретические вопросы	4
	Практико-ориентированные задачи	8
Контрольная точка 3	тестирование	8
	Теоретические вопросы	4
	Практико-ориентированные задачи	8
Сумма баллов по итогам текущего контроля		60
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических занятиях		15
Поощрительные баллы (написание статей, подготовка рефератов.)		15
Итого		100

*** Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций – совпадает с теми, что даны в п. 5.1.

Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций **Критерии оценки посещения и работы на лекционных занятиях (максимум 10 баллов)**

10 баллов – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя

-1 балл – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Результативность работы на практических занятиях оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

1 балл – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; **0,5 балла** – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (**максимум – 2 балла**);

1 балл – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; **0,5 балла** - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (**максимум – 4 балла**);

1 балл – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (**максимум – 8 баллов**).

0,1 балла – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практико-ориентированных задач) по каждой из тем (**максимум – 1 балл**).

Рейтинговая оценка знаний при проведении текущего контроля успеваемости **на контрольных точках** позволяет обучающемуся набрать до 60 баллов. Знания, умения и навыки по формируемым компетенциям оцениваются по результатам выполнения письменной контрольной работы (контрольная точка), которая включает теоретический вопрос (оценка знаний), тестовые задания (оценка умений) и практико-ориентированные задания (оценка умений и навыков).

Критерии оценивания контрольной точки

Задание (количество)	Количество баллов
----------------------	-------------------

Теоретический вопрос (2)	до 4
Тест (10)	до 8
Задача (1)	до 8
Итого	max 20

Теоретический вопрос

4 балла - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

3 балла - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

2 балла - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

1 балл - дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Тестовые задания

8 баллов - выставляется студенту, если в тесте 100% правильных ответов;

7 баллов - выставляется студенту, если в тесте 90% правильных ответов

6 баллов - при 80% правильных ответов;

5 баллов - 60% правильных ответов;

4 балла - 50% правильных ответов;

3 балла - 40% правильных ответов

0 баллов - менее 40% правильных ответов.

Практико-ориентированная задача

8 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

6 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.

4 балла Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ

3 балла Задача решена с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.

2 балла Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

1 балл Задача решена неправильно и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

0 баллов Задача не решена.

Если за письменные ответы на контрольной точке обучающийся не получил удовлетворяющее его количество баллов, то он может получить поощрительные баллы. **Поощрительные баллы** начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – *max 15 баллов*. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

Критерии и шкалы оценивания ответа на экзамене

Сдача экзамена может добавить к текущей балльно-рейтинговой оценке студентов не более 16 баллов:

Содержание билета	Количество баллов
Теоретический вопрос №1 (<i>оценка знаний</i>)	до 5
Теоретический вопрос №2 (<i>оценка знаний</i>)	до 5
Задача (<i>оценка умений и навыков</i>)	до 6
Итого	16

Критерии оценки ответа на экзамене

Теоретические вопросы (вопрос 1, вопрос 2)

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами

дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Оценивание задачи

6 баллов Задачи решены в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

5 баллов

4 балла Задачи решены с небольшими недочетами.

3 балла

2 балла Задачи решены не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задачи решены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задачи не решены или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

Перевод рейтинговых баллов в пятибалльную систему оценки знаний обучающихся:
для экзамена:

- «отлично» – от 85 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному;

- «хорошо» – от 70 до 84 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками;

- «удовлетворительно» – от 55 до 69 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки;

- «неудовлетворительно» – от 0 до 54 баллов - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Рынки потребительских товаров»

В качестве заданий для текущего контроля успеваемости могут быть использованы задания подобного содержания:

1. Исторический аспект возникновения научных знаний отраслевых рынков.
2. Этапы развития научных знаний о рынках потребительских товаров.
3. Соотношение категорий рынков и отрасль.
4. Функции, критерии выделения потребительских рынков.
5. Предмет и метод изучения рынков потребительских товаров.
6. Основные проблемы, изучаемые дисциплиной.
7. Основные понятия дисциплины «Рынки потребительских товаров»: рынок, потребительский рынок, товар.
8. Классификационные признаки рынков потребительских товаров. Состав и структура рынков потребительских товаров.
9. Факторы, влияющие на рынки потребительских товаров. Место рынков потребительских товаров в отраслевой экономике. Принципы и факторы их размещения.

10. Отраслевая рыночная конъюнктура: понятие и состав
11. Рыночная конъюнктура: понятие, классификация, Состояние и тенденции развитие рыночной инфраструктуры. Факторы рыночной инфраструктуры, влияющие на рынок потребительских товаров.
12. Необходимость выявления потребностей людей в товарах.
13. Классификация потребностей человека.
14. Способы определения потребности в товарах.
15. Емкость рынка. Способы расчета емкости рынка:
16. Оценка спроса, оценка предложения.
17. Основные категории курса: экономика, отрасль, рынок.
18. Место отраслей в экономике страны
19. Отраслевая классификация фирм
20. Формирование гарвардской парадигмы.
21. Базовые условия функционирования отраслевых рынков.
22. Основные проблемы экономики отраслевых рынков.
23. Характеристика отраслей сферы материального производства
24. Характеристика отраслей сферы нематериального производства
25. Перечислите типы границ отраслевых рынков
26. Методы определения товарных границ рынка
27. Стратегии сдерживания входа, предоставления входа и блокированный вход в отрасль.
28. Виды государственного отраслевого регулирования рынков
29. Цели вмешательства государства в функционирование рынков
30. Последствия отраслевых слияний в условиях первоначального взаимодействия фирм.
31. Способы защиты фирм от слияний на отраслевых рынках

Примерные тестовые задания:

1. 1. Формирование отраслевых структур базируется на принципах
 - а) взаимной ответственности
 - б) целостности и комплексности
 - в) презумпции невиновности
 - г) наличия предприятия-собственника
2. Отрасль отождествляется с сознательно координируемым социальным образованием, которое направлено на создание и предложение:
 - а) разнообразных товаров и услуг
 - б) однородного товара
 - в) совершенного товара
 - г) одинаковых товаров и услуг
3. В какой рыночной структуре ограничено использование метода определения цены на основе цен конкурентов?
 - а) на рынке совершенной конкуренции;
 - б) на олигополистическом рынке;
 - в) на рынке монополистической конкуренции;
 - г) на рынке монополии.
4. Какое определение цены представляется Вам правильным для условий современной рыночной экономики:
 - а) цена - количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуг;
 - б) цена - денежное выражение стоимости товара;
 - в) цена-форма выражения ценности, полезности благ.
5. Что из нижеперечисленного не является характеристикой деформированного рынка:
 - а) несбалансированность спроса и предложения;
 - б) чрезмерное развитие теневой экономики;
 - в) наличие в экономике разнообразных форм собственности;
 - г) отсутствие у потребителя права выбора товара.

6. Ситуация на конкретном товарном рынке, определяемая соотношением спроса и предложения на определенный товар (услугу) и другими факторами:
- а) конъюнктура;
 - б) структура;
 - в) инфраструктура;
 - г) интеграция.
7. Качественными показателями, характеризующими структуру товарного рынка, не являются:
- а) рыночные барьеры;
 - б) открытость рынка для международной торговли;
 - в) объем предлагаемого товара;
 - г) отраслевые изменения по моде, качеству товаров
2. 8. Формирование отраслевых структур базируется на принципах
- а) взаимной ответственности
 - б) целостности и комплексности
 - в) презумпции невиновности
 - г) наличия предприятия-собственника
9. Изменение спроса и изменение объема спроса различаются тем, что:
- а) изменение спроса состоит из суммы изменений объема спроса;
 - б) изменение спроса – это сдвиг кривой спроса, а изменение объема спроса – это движение по кривой спроса;
 - в) изменение объема спроса происходит вследствие изменения неценовых факторов;
 - г) изменение спроса – это движение по кривой спроса, а изменение объема спроса – это сдвиг кривой спроса.
10. Анализ структуры отраслевого рынка наиболее часто отождествляется с познавательной операцией, которая фиксирует:
- а) уровень концентрации покупателей однородной продукции
 - б) уровень концентрации продавцов однородной продукции
 - в) упорядоченность покупателей однородной продукции
 - г) количество покупателей однородной продукции

Примерные практико-ориентированные задания для текущего контроля:

1. Фирма на условиях скользящих цен получила заказ на поставку сложно-технического оборудования. Предложенные поставщиком условия скользящего определения определяют следующую раскладку цены на составляющие: стоимость материалов – 50%; стоимость рабочей силы – 30%; постоянные расходы – 10%; коммерческие расходы – 10%.

За период исполнения заказа цены на материалы выросли на 17%, ставки номинальной заработной платы в отрасли повысились на 25%, коммерческие расходы снизились на 6%. Приняв базисную цену за 1300 условных денежных единиц, определить по формуле скользящего процента повышения цены.

2. На отраслевом рынке функционируют шесть фирм-продавцов. Рыночные доли, приходящиеся на каждого из участников отраслевого рынка, распределены следующим образом: фирма А – 0,17; Фирма В – 0,3; фирма С – 0,24; фирма D – 0,08; фирма E – 0,1; фирма F – 0,05. Рассчитать индекс рыночной концентрации и индекс относительной концентрации.

3. Производственная функция фирмы в краткосрочном периоде описывается уравнением: $Q(L) = 40L - L^2$. Цена продукции $P = 2$, ставка заработной платы $w = 8$. Фирма управляется менеджерами, стремящимися к максимизации выплат административно-управленческому персоналу, сумма которых имеет следующую зависимость от прибыли и числа занятых: $1 = 10$

Типовые контрольные работы для студентов очной формы обучения

Контрольная точка № 1 (по темам 1-3)

Теоретические вопросы (оценка знаний):

1. Структура отраслевого рынка (максимум – 4 балла)
2. Понятие и классификация отраслевых рынков (максимум – 4 балла).

Практико-ориентированные задания:

(оценка умений) (максимум – 5 баллов):

1. Рассчитайте цену единицы продукции, если известно, что: объем выпуска продукции – 8 000 шт., постоянные издержки – 60 000 руб., средние переменные издержки на единицу – 10 руб., планируемый уровень рентабельность – 22%. НДС - 18%.

(оценка навыков)) (маж – 7 баллов)::

1. Рассчитать максимальную цену, по которой приобретет товар предприятие розничной торговли, если по условиям реализации его розничная цена (с НДС) не может быть выше 442,5 руб., уровень торговой надбавки по данной группе товаров составляет 16 %.

Определите, приемлема ли рассчитанная цена для предприятия-изготовителя, если себестоимость производства изделия – 265,4 руб., рентабельность продукции – 14 %, ставка НДС – 18 %.

Оцените возможность наличия оптового звена между производителем и розничной торговлей, определив размер и уровень оптовой надбавки

Контрольная точка № 2 (по темам 4-5)

Теоретические вопрос (оценка знаний):

1. Методы оценки рыночной власти и их граничные значения для разных типов рынка (маж – 4 балла)
2. Понятие стратегии фирм на отраслевых рынках (маж – 4 балла).

Практико-ориентированные задания: (оценка умений) (маж – 5 баллов):

1. На отраслевом рынке функционируют шесть фирм-продавцов. Рыночные доли, приходящиеся на каждого из участников отраслевого рынка, распределены следующим образом: фирма А – 0,17 ; Фирма В -0,3; фирма С -0,24; фирма D -0,08; фирма Е -0,1; фирма F – 0,05. Рассчитать индекс рыночной концентрации и индекс относительной концентрации.

(оценка навыков)) (маж – 7 баллов)::

1. Предположим, что на рынке действуют восемь фирм. Объем их продаж представлен следующим образом (в млрд. руб.):

Фирма	1	2	3	4	5	6	7	8
Объем	100	90	80	130	70	60	110	50

Определить долю на рынке каждого производителя. Рассчитать показатели концентрации. Определить рыночную структуру отрасли.

Проанализируйте уровень рыночной концентрации для одной из отраслей.

Приведите примеры дифференциации продукта на отечественных отраслевых рынках.

Чем отличаются формы горизонтальной и вертикальной дифференциации продукта?

Контрольная точка № 3 (по темам 6-8)

Теоретические вопрос (оценка знаний):

1. Понятие государственного регулирования отраслевых рынков (маж – 4 балла)
2. Мотивы слияний и поглощений фирм на отраслевых рынках (маж – 4 балла).

Практико-ориентированные задания: (оценка умений) (маж – 5 баллов):

1. Рассчитать емкость рынка товара по следующим данным: численность потребителей в сегменте – 857 тыс. чел.; уровень потребления на душу населения в базисном году составил 80 ед. в год; поправка на эластичность спроса составляет сокращение в 2 ед. на 1% роста цен (по прогнозу в текущем году цены вырастут на 3%).

(оценка навыков)) (маж – 7 баллов)::

1. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В 1 сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы - на 5%.

Во 2 сегменте доля фирмы составляет 6%, емкость рынка - 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте.

В 3 сегменте емкость рынка - 45 млн. шт. доля фирмы – 18%. Изменений не предвидится.

Определить объем продаж фирмы в настоящем году при вышеуказанных условиях.

Примерная тематика курсовых работ

1. Экономические границы рынков и факторы, их определяющие.

2. Современное состояние и перспективы развития рынка сельскохозяйственной продукции
3. Современное состояние и перспективы развития агропромышленного комплекса
4. Исследование отрасли (отраслевого рынка) в экономике страны.
5. Место фирмы в системе отраслевых рынков страны
6. Условия входа и выхода на отраслевой рынок страны
7. Анализ государственной отраслевой политики (на примере конкретной отрасли)
8. Регулирование естественных монополий (на конкретных примерах)
9. Анализ антимонопольной политики в различных странах.
10. Государственное регулирование отраслевых рынков в России (
11. Экономическая оценка размещения производств.
12. Специализация и концентрация промышленного производства.
13. Диверсификация в отрасли.
14. Слияния и поглощения на отраслевых рынках.
15. Олигополия и концентрация в отрасли.
16. Монополистическая конкуренция и дифференциация в отрасли.
17. Продуктовая дифференциация в отрасли.
18. Ценовая дискриминация как форма проявления монопольной власти.
19. Влияние рыночной власти на рыночную структуру.
20. Развитие сельскохозяйственной кооперации в современных условиях.
21. Современные интеграционные процессы в отрасли.
22. Рыночная инфраструктура и ее влияние на эффективное развитие отрасли.
23. Функционирование и развитие агропродовольственного рынка.
24. Совершенствование системы сбыта отраслевого продукта.
25. Повышение конкурентоспособности опродовольственного рынка.
26. Совершенствование ценообразования на отраслевом рынке.
27. Особенности и проблемы ресурсосбережения в отрасли.
28. Современное состояние и тенденции развития рынка материально-технических ресурсов.
29. Современное состояние и тенденции развития рынка труда.
30. Факторы и пути снижения себестоимости отраслевой продукции.
31. Научно-техническое и инновационное развитие отраслевых рынков.
32. Инвестиции и эффективность инвестиционной деятельности в отрасли.
33. Экономическая эффективность и социальное значение природоохранных и экологических мероприятий в отрасли
34. Современное состояние и тенденции развития отраслевого рынка зерна (подсолнечника, овощей, молока, мяса и др.) .

Вопросы к экзамену по дисциплине «Рынки потребительских товаров»

1. Исторический аспект возникновения научных знаний отраслевых рынков.
2. Этапы развития научных знаний о рынках потребительских товаров.
3. Соотношение категорий рынок и отрасль.
4. Функции, критерии выделения потребительских рынков.
5. Предмет и метод изучения рынков потребительских товаров.
6. Основные проблемы, изучаемые дисциплиной.
7. Основные понятия дисциплины «Рынки потребительских товаров»: рынок, потребительский рынок, товар.
8. Классификационные признаки рынков потребительских товаров.
9. Состав и структура рынков потребительских товаров.
10. Факторы, влияющие на рынки потребительских товаров.
11. Место рынков потребительских товаров в отраслевой экономике.
12. Принципы и факторы их размещения.
13. Отраслевая рыночная конъюнктура: понятие и состав
14. Рыночная конъюнктура: понятие, классификация,
15. Состояние и тенденции развитие рыночной инфраструктуры.
16. Факторы рыночной инфраструктуры, влияющие на рынок потребительских товаров.

17. Необходимость выявления потребностей людей в товарах, Классификация потребностей человека.
18. Способы определения потребности в товарах.
19. Емкость рынка. Способы расчета емкости рынка: оценка спроса, оценка предложения.
20. Понятие отраслевых рынков и их структуры
21. Информация как фактор управления рынком продовольственных товаров.
22. Содержание и классификация рыночной информации о потребительских товарах.
23. Источники получения информации о потребительских товарах: внешняя и внутренняя информация
24. Понятие рыночной концентрации. Показатели и критерии оценки рыночных структур.
25. Индекс концентрации крупнейших производителей отрасли,
26. индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс Холла-Тайдмана,
27. показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей.
28. Показатели рыночной власти фирм на основе индекса Бейна, индекса Лернера, коэффициента Тобина, индекса Папандреу.
29. Методы расчета и приблизительные значения для каждого вида рынка.
30. Определение границ рынка: товарных (продуктовых), географических и временных
31. Методы определения товарных границ рынка
32. Определение барьеров входа в теории организации отраслевых рынков.
33. Нестратегические и стратегические, институциональные барьеры входа
34. Оценка эффективности и высоты барьеров входа и выхода.
35. Понятие стратегии фирм. Виды рыночных стратегий.
36. Объем выпуска как объект стратегического поведения. Модели Курно и Штакельберга.
37. Стратегическая переменная цены.
38. Ценовые войны. Модель Бертрана.
39. Стратегии сдерживания входа, предоставления входа и блокированный вход в отрасль.
40. Оптимальность выбора стратегии.
41. Методология исследования рынка продовольственных товаров.
42. Понятие анализа отраслевого рынка, его цель, задачи.
43. Этапы проведения анализа отраслевых рыночных структур.
44. Виды отраслевого анализа.
45. Параметры оценки рыночных структур.
46. Ступенчатый анализ рынка.
47. Сегментирование рынка.
48. Эксперимент в теории исследования потребительского рынка.
49. Понятие государственного регулирования отраслевых рынков.
50. Основания для государственного регулирования и история вопроса.
51. Цели вмешательства государства в функционирование отраслевой структуры.
52. Инструменты государственного регулирования отраслевых рынков.
53. Типы государственной отраслевой политики.
54. Антимонопольная политика и антимонопольное законодательство.
55. Принципы государственной антимонопольной политики.
56. Понятие и виды конкуренции
57. Особенности российской конкурентной политики.
58. Структура монополистической конкуренции.
59. Соотношение категорий конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность.
60. Влияние конкуренции на конкурентоспособность отраслевых товаров и производств.
61. Факторы конкурентоспособности продовольственных товаров.
62. Подходы к оценке конкурентоспособности продовольственных товаров.

Практико-ориентированные задания к экзамену по дисциплине «Рынки потребительских товаров»

1. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В 1 сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 15 млн. шт.

Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы - на 5%.

Во 2 сегменте доля фирмы составляет 5%, емкость рынка -12 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 10% при сохранении доли фирмы в этом сегменте.

В 3 сегменте емкость рынка - 25 млн. шт. доля фирмы – 38%. Изменений не предвидится.

Определить объем продаж фирмы в настоящем году при вышеуказанных условиях.

2. На отраслевом рынке функционируют шесть фирм-продавцов. Рыночные доли, приходящиеся на каждого из участников отраслевого рынка, распределены следующим образом: фирма А – 0,19 ; Фирма В -0,28; фирма С -0,24; фирма D -0,08; фирма Е -0,1; фирма F – 0,05. Рассчитать индекс рыночной концентрации и индекс относительной концентрации.

3. На отраслевом рынке действуют две фирмы с идентичными функциями издержек ТС (q) =30q. Функция спроса на товар описывается уравнением $Q_d = 2500 - 150P$. Найдите параметры рыночного равновесия.

4. Рассчитать емкость рынка товара по следующим данным: численность потребителей в сегменте – 552 тыс. чел.; уровень потребления на душу населения в базисном году составил 70 ед. в год; поправка на эластичность спроса составляет сокращение в 3 ед. на 1% роста цен (по прогнозу в текущем году цены вырастут на 4%).

5. В текущем году первичный рынок телевизоров составил 35% от всего рынка. Рыночная доля телевизоров марки «Х» составила 15% от первичного рынка и 12% от замещающего (вторичного) рынка. Дополнительные покупки незначительны. Определите рыночную долю марки «Х».

В данном разделе РПД приведены типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости студентов. Полный перечень заданий содержится в учебно-методическом комплексе по дисциплине «Рынки потребительских товаров», который размещен в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступен для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

основная

1. ЭБС "Znanium": Экономика отрасли: Учебное пособие / В.Я. Поздняков, С.В. ЭБС "Znanium": Экономика отрасли: учеб. пособие / В.Я. Поздняков, С.В. Казаков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 281 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=447667>
2. ЭБС "Znanium" : Мировые товарные рынки: учеб. пособие / А.В. Хохлов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 304 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=460914>
3. ЭБС "Znanium" : Экономика отрасли: учеб. пособие / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 145 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=941129>

б) дополнительная литература:

4. ЭБС "Znanium" : Современная экономика - синтез рынка и социального регулирования: монография / Ю.К. Князев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 176 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=447807>
5. ЭБС "Znanium": Андреев В.А. Конкурентные рынки оптовой и розничной электроэнергии в России : монография / В.А. Андреев, С.А. Баронин, И.О. Савинов, Ю.О. Толстых ; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С.А. Баронина. — М. : ИНФРА-М, 2017. – 261 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=701900>
6. ЭБС "Znanium": Чекалин, В. С. Экономика городского хозяйства : учебник / В. С. Чекалин. - СПб. : СПбГИЭУ, 2010. - 242 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=417651>
7. ЭБС "Znanium": Экономика агропродовольственного рынка: учеб. пособие / И.А. Минаков, А.Н. Квочкин и др; под ред. д.э.н., проф. И.А. Минакова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 232 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=420416>

8. ЭБС "Znanium": Государственное регулирование экономики: учебник / И.С. Цыпин, В.Р. Веснин. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 296 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>] - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=766942>
9. ЭБС "Znanium": Филимоненко, И. В. Управление локальными рынками региона как факто-рами экономического роста : монография / И. В. Филимоненко. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2013. - 460 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=492894>
10. ЭБ "Труды ученых СтГАУ": Экономика отрасли : электронный учебник для студентов по специальности 080502.65 - Экономика и управление на предприятии АПК / Е. Н. Белкина [и др.] ; Е. Н. Белкина, Н. В. Лазарева, И. К. Целовальников, Т. Ю. Черепухин. - Ставрополь, 2012. - 1,28 МБ.
11. "Поздняков, В. Я. Экономика отрасли : учеб. пособие для студентов вузов по специальности 080502 ""Экономика и упр. на предприятии"" (по отраслям) / В. Я. Поздняков, С. В. Казаков ; Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова. - Москва : ИНФРА-М, 2008. - 309 с.
12. Экономика отраслей АПК : учебник для вузов по специальности ""Экономика и упр. на предприятии АПК"" / под ред. И. А. Минакова. - М. : КолосС, 2004. - 464 с.
13. Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий (периодическое издание)

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

1. ЭБ «Труды ученых СтГАУ»: Косинова, Е. А. Ценообразование: теория и практика [электронный полный текст] : учеб. пособие / Е. А. Косинова, Е. Н. Белкина, А. Я. Казарова ; СтГАУ. - 2-е изд., перераб. и доп. - Ставрополь : АГРУС, 2012. - 1,05 МБ.
2. "Ценообразование : учеб.-метод. пособие для студентов экон. специальностей / сост.: В. И. Труха-чев, Н. В. Лазарева, Ю. В. Рыбасова, А. Я. Агаджанян ; СтГАУ. - Ставрополь : АГРУС, 2009. - 84 с. ЭБ «Труды ученых СтГАУ» : Рыбасова, Ю. В
3. . Экономика организаций : практикум для студентов экон. направлений/Ю. В. Рыбасова, О. А. Чередниченко, В. В. Куренная, С. В. Аливанова ; Ставропольский ГАУ. - Ставрополь, 2019. - 828 КБ"

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Правительство РФ – <http://government.ru>
2. Министерство экономического развития РФ – www.economy.gov.ru
3. Федеральная налоговая служба – www.nalog.ru
4. Высшая Школа Экономики (Государственный Университет) -<http://www.hse.ru>
5. www.economy.gov.ru/mines/main - Министерство экономического развития РФ.
6. www.mcsx.ru - Министерство сельского хозяйства РФ.
7. www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики.
8. <http://www.consultant.ru/> - справочно-поисковая система «Консультант Плюс»
9. <http://www.garant.ru/> - справочно-поисковая система СПС «Гарант»
10. <http://eur.ru/> - Экономика и управление на предприятиях. Научно-образовательный портал. Библиотека экономической и управленческой литературы.
11. <http://www.aup.ru> - Административно-Управленческий Портал - бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Рынки потребительских товаров» предусматривает изучение тем, в которых рассматриваются экономическая сущность организации и механизм ее функционирования, организационная и производственная структура, экономический потенциал организаций и показатели его использования и др.; дается системное представление об экономических проблемах, связанных с управлением организацией в целом и такими ее элементами как ценообразование, маркетинг, логистика и др.; осуществляется оценка использования всех производственных ресурсов, эффективности деятельности организации в целом и др.

Дисциплина тесно связана с другими учебными дисциплинами, в которых изучаются микроэкономика, предпринимательство, анализ хозяйственной деятельности. В процессе изучения курса также изучаются нормативные и законодательные акты, формирующие правовую и экономическую основу функционирования предприятия.

Дисциплина «Рынки потребительских товаров» предусматривает изучение принципов и законо-мерностей функционирования организации как хозяйственной системы, методов оценки, планирования и управления деятельностью организации в целях повышения ее эффективности.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса. Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Результатом прослушивания лекции для студентов является конспект. При написании конспекта хорошо оставлять свободные места, предусмотреть поля, так как при проработке материала с использованием книги бывает необходимо дополнить или скорректировать записи. Такая работа с конспектом приводит к глубокому пониманию и освоению предмета.

Практические занятия проводятся в виде практических работ (обсуждение контрольных и проблемных вопросов, решение практико-ориентированных задач, рассмотрение примеров из практики отечественных предприятий и т.п.). Дисциплина «Рынки потребительских товаров» носит прикладной характер, а следовательно, особое внимание при проведении практических занятий уделяется тем теоретическим положениям и практическим навыкам, которые могут быть использованы в будущей практической деятельности.

Чтобы облегчить выполнение заданий, необходимо определить временные рамки. Еженедельная подготовка по экономике организаций требует временных затрат. Четкое фиксирование по времени регулярных дел, закрепление за ними одних и тех же часов – важный шаг к организации времени. При учете времени надо помнить об основной цели рационализации – получить наибольший эффект с наименьшими затратами. Учет – лишь средство для решения основной задачи: сэкономить время.

Важная роль в организации учебной деятельности отводится учебно-тематическому плану дисциплины, дающему представление не только о тематической последовательности изучения курса, но и о затратах времени, отводимом на изучение курса. Успешность освоения курса «Рынки потребительских товаров» во многом зависит от правильно спланированного времени при самостоятельной подготовке (в зависимости от специальности от 2–3 до 5 часов в неделю).

При подготовке к занятиям по экономике организаций необходимо руководствоваться нормами времени на выполнение заданий. Например, при подготовке к занятию на проработку конспекта одной лекции, учебников, как правило, отводится от 0,5 часа до 2 часов, а на изучение первоисточников объемом 16 страниц печатного текста с составлением конспекта 1,5–2 часа, с составлением лишь плана около 1 часа.

Успешное изучение курса «Рынки потребительских товаров» предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделяется целям, задачам, структуре и содержанию курса.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Начиная изучение курса, студенту необходимо:

- ознакомиться с программой, изучить список рекомендуемой литературы. К программе курса необходимо будет возвращаться постоянно, по мере усвоения каждой темы в отдельности, для того чтобы понять: достаточно ли полно изучены все вопросы;
- внимательно разобраться в структуре курса «Рынки потребительских товаров», в системе распределения учебного материала по видам занятий, формам контроля, чтобы иметь представление о курсе в целом, о лекционной и семинарской части всего курса изучения;
- обратиться к методическим пособиям по дисциплине, позволяющим ориентироваться в последовательности выполнения заданий.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующее программное обеспечение: Microsoft Windows, Office; Kaspersky Total Security.

11.2 Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (ауд. № 160, площадь – 202,7 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 180 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Sanyo PLS-XU10 – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (ауд. № 122, площадь – 48,9 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 28 посадочных мест, рабочие станции 14 шт., проектор Sanyo PLS-XU10 – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, подключение к сети «Интернет», информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
3	Учебные аудитории для самостоятельной работы студентов:	
	1. Читальный зал научной библиотеки (площадь 177 м ²)	1. Оснащение: специализированная мебель на 100 посадочных мест, персональные компьютеры – 56 шт., телевизор – 1шт., принтер – 1шт., цветной принтер – 1шт., копировальный аппарат – 1шт., сканер – 1шт., Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
	2. Учебная аудитория (ауд. № 122, площадь – 48,9 м ²).	2. Оснащение: специализированная мебель на 12 посадочных мест, персональные компьютеры – 12 шт., интерактивная доска – 1 шт., проектор – 1 шт., классная доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
4	Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций (ауд. № 122, площадь – 48,9 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 28 посадочных мест, рабочие станции 14 шт., проектор Sanyo PLS-XU10 – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, подключение к сети «Интернет», информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
5	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд. № 122, площадь – 48,9 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 28 посадочных мест, рабочие станции 14 шт., проектор Sanyo PLS-XU10 – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, подключение к сети «Интернет», информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на экзамене присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на экзамене зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на экзамене присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- экзамен проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента экзамен может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента экзамен проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Рынки потребительских товаров» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и учебного плана по профилю «Маркетинг»

Автор:

к.э.н., доцент Косинова Е.А.

Рецензенты:

к.э.н., доцент Рыбасова Ю.В.

к.э.н., доцент Воробьева Н.В.

Рабочая программа дисциплины «Рынки потребительских товаров» рассмотрена на заседании кафедры «Экономической теории, маркетинга и агроэкономики» протокол № 18 от «16» мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.01 Менеджмент, профиль подготовки «Маркетинг»

Заведующая кафедрой
экономической теории, маркетинга и агроэкономики,
д-р.экон. наук, профессор

О. Н. Кусакина

Рабочая программа дисциплины «Рынки потребительских товаров» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 9 от «19» мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.01 Менеджмент, профиль подготовки «Маркетинг».

Руководитель ООП

к.э.н, доцент Агаларова Е.Г.