

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.14 Рынки потребительских товаров

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг

бакалавр

очная

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 и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования профессиональной деятельности	ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	знает теоретические и практические основы исследования рынков потребительских товаров, формирующих маркетинговую среду организации (ПК- 1.1) умеет проводить исследования рынков потребительских товаров, формирующих маркетинговую среду организации (ПК- 1.1) владеет навыками 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)	знает основы исследования, выявления и удовлетворения потребностей покупателей потребительских товаров, прогнозирования спроса потребителей, анализа информации о конъюнктуре рынков сбыта потребительских товаров (ПК- 2.1) умеет – выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, прогнозировать спрос потребителей, анализировать информацию о конъюнктуре рынков сбыта потребительских товаров (ПК- 2.1) владеет навыками 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

Дисциплина «Рынки потребительских товаров» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений программы.

Изучение дисциплины осуществляется в 7семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Рынки потребительских товаров» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ Производственная практика
Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ Маркетинг в агробизнесе
Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ Конкуренция и конкурентоспособность
Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ Введение в профессиональную деятельность

Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ
Цифровые сервисы в маркетинге
Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ
Интернет-маркетинг
Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ
Маркетинговые исследования и рыночная аналитика
Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ
Поведение потребителей
Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ
Экономический анализ маркетинговых решений

Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ
Конкурентный анализ
Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ
Нейромаркетинг
Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ
Логистика сбыта и распределения
Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ
Управление качеством
Производственная практика
Теория конкуренции
Маркетинг в АПК
Конкуренция и конкурентоспособность
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Цифровые сервисы в маркетинге
Логистика сбыта и распределения
Интернет-маркетинг
Управление качеством
Конкурентный анализ
Теория конкуренции

Освоение дисциплины «Рынки потребительских товаров» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
- Преддипломная практика
- Стратегический маркетинг
- Инновационный маркетинг

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 «Рынки потребительских товаров» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

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	Эк
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	8				
практической подготовки		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

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

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций	Код индикаторов достижения компетенций
			всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
					Практические	Лабораторные				
1.	1 раздел. Раздел 1. Экономические основы функционирования потребительских рынков									
1.1.	Тема 1. Экономика отраслевых рынков: предмет, методы, задачи дисциплины, основные категории	7	6	2	4				ПК-2.1	
1.2.	Тема 2. Виды отраслевых рынков и их классификация	7	6	2	4				ПК-2.1	
1.3.	Тема 3. Определение рыночных границ, показатели концентрации и рыночной власти	7	6	2	4					

1.4.	Тема 4. Доминирующая фирма и оценка её влияния на общественное благосостояние	7	6	2	4				
1.5.	Тема 5. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на товарном рынке	7	6	2	4				
2.	2 раздел. Раздел 2. Стратегическое поведение фирм на потребительских рынках								
2.1.	Тема 6. Ценообразование на отраслевых рынках	7	6	2	4				
2.2.	Тема 7. Слияния и поглощения фирм на отраслевых рынках	7	6	2	4				
2.3.	Тема 8. Определение рыночных границ, показатели концентрации и рыночной власти	7	6	2	4				
2.4.	Тема 9. Особенности государственного регулирования отраслевых рынков	7	6	2	4				
3.	3 раздел. Самостоятельная работа								
3.1.	Самостоятельная работа	7					54		
	Промежуточная аттестация	Эк							
	Итого		144	18	36		54		
	Итого		144	18	36		54		

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка
Тема 1. Экономика отраслевых рынков: предмет, методы, задачи дисциплины, основные категории	Тема 1. Экономика отраслевых рынков: предмет, методы, задачи дисциплины, основные категории	2/-
Тема 2. Виды отраслевых рынков и их классификация	Тема 2. Виды отраслевых рынков и их классификация	2/-
Тема 3. Определение рыночных границ, показатели концентрации и рыночной власти	Тема 3. Определение рыночных границ, показатели концентрации и рыночной власти	2/2
Тема 4. Доминирующая фирма и оценка её влияния на общественное благосостояние	Тема 4. Земельные Доминирующая фирма и оценка её влияния на общественное благосостояние	2/-
Тема 5. Вертикальная интеграция и вертикальные	Тема 5. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на товарном рынке	2/-

ограничения на товарном рынке		
Тема 6. Ценообразование на отраслевых рынках	Тема 6. Ценообразование на отраслевых рынках	2/-
Тема 7. Слияния и поглощения фирм на отраслевых рынках	Тема 7. Слияния и поглощения фирм на отраслевых рынках	2/2
Тема 8. Определение рыночных границ, показатели концентрации и рыночной власти	Тема 8. Определение рыночных границ, показатели концентрации и рыночной власти	2/-
Тема 9. Особенности государственного регулирования отраслевых рынков	Тема 9. Особенности государственного регулирования отраслевых рынков	2/-
Итого		18

5.2.1. Семинарские (практические) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Тема 1. Экономика отраслевых рынков: предмет, методы, задачи дисциплины, основные категории	Экономика отраслевых рынков: предмет, методы, задачи дисциплины, основные категории	Пр	4/2/-
Тема 2. Виды отраслевых рынков и их классификация	Тема 2. Виды отраслевых рынков и их классификация	Пр	4/-/-
Тема 3. Определение рыночных границ, показатели концентрации и рыночной власти	Тема 3. Определение рыночных границ, показатели концентрации и рыночной власти	Пр	4/2/-
Тема 4. Доминирующая фирма и оценка её влияния на общественное благосостояние	Тема 4. Земельные Доминирующая фирма и оценка её влияния на общественное благосостояние	Пр	4/2/-
Тема 5. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на товарном рынке	Тема 5. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на товарном рынке	Пр	4/-/-
Тема 6.	Тема 6. Ценообразование на отраслевых	Пр	4/-/-

Ценообразование на отраслевых рынках	рынках		
Тема 7. Слияния и поглощения фирм на отраслевых рынках	Тема 7. Слияния и поглощения фирм на отраслевых рынках	Пр	4/-/-
Тема 8. Определение рыночных границ, показатели концентрации и рыночной власти	Тема 8. Определение рыночных границ, показатели концентрации и рыночной власти	Пр	4/-/-
Тема 9. Особенности государственного регулирования отраслевых рынков	Тема 9. Особенности государственного регулирования отраслевых рынков	Пр	4/-/-
Итого			

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
	54

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2		3		4	
		1	2	3	4	5	6	7	8
	Производственная практика				x		x		
	Стратегический маркетинг								x

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 виде Экзамен, Курсовая работа.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

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
---------------------	-------------------------------------------------------------------	--------------------------------

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

Критерии и шкалы оценивания ответа на экзамене

Сдача экзамена может добавить к текущей балльно-рейтинговой оценке студентов не более 20 баллов:

Содержание билета	Количество баллов
Теоретический вопрос №1	до 7
Теоретический вопрос №2	до 7
Задача (оценка умений и	до 6
Итого	20

Критерии оценки ответа на экзамене

Теоретические вопросы (вопрос 1, вопрос 2)

7 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.

5 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 Задачи решены с небольшими недочетами.

4 балла Задачи решены с небольшими недочетами.

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

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 89 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 77 до 88 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 65 до 76 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 64 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 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. 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 скольжения 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 скольжения процент 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 Е – 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: $l = 10$

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 рентабельности – 22%. НДС – 18%.

(оценка навыков) (максимум – 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 вопросы (оценка знаний):

1. Методы оценки рыночной власти и их граничные значения для разных типов рынка (максимум – 4 балла)

2. Понятие стратегии фирм на отраслевых рынках (максимум – 4 балла).

Практико-ориентированные задания: (оценка умений) (максимум – 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) (максимум – 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 вопросы (оценка знаний):

1. Понятие государственного регулирования отраслевых рынков (максимум – 4 балла)

2. Мотивы слияний и поглощений фирм на отраслевых рынках (максимум – 4 балла).

Практико-ориентированные задания: (оценка умений) (максимум – 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) (максимум – 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 продовольственного 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 природо-охранных 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 че-ловека.
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 ин-формация
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 $TC(q) = 30q$. 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

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

основная

Л1.1 Косинова Е. А. Экономика отраслевых рынков (продвинутый уровень):учеб. пособие направление 38.04.01 "Экономика" профиль «Экономика фирмы и отраслевых рынков» (магистр). - Ставрополь, 2018. - 1,09 МБ

Л1.2 Растова Ю. И., Масино Н. Н., Фирсова С. А., Шматко А. Д. Экономика организации [Электронный ресурс]:учеб. пособие для СПО. - Москва: КноРус, 2022. - 200 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/943189>

Л1.3 Грибов В. Д. Экономика организации (предприятия). Практикум [Электронный ресурс]:учеб.-практ. пособие для СПО. - Москва: КноРус, 2024. - 196 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/952693>

Л1.4 Грибов В. Д., Грузинов В. П., Кузьменко В. А. Экономика организации предприятия [Электронный ресурс]:учебник для СПО. - Москва: КноРус, 2025. - 407 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/955464>

Л1.5 Пахомова Н. В., Рихтер К. К., Чернова Е. Г., Малышков Г. Б. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс]:учебник; ВО - Бакалавриат, Магистратура, Аспирантура. - СПб: Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2019. - 640 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=374008>

Л1.6 Экономика отраслевых рынков: формирование, практика и развитие [Электронный ресурс]:сб. материалов v всероссийской научной конференции 22.01.2021г. - Москва: Дашков и К, 2021. - 236 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/174015>

Л1.7 Гришин В. И., Силин Я. П., Чернышова Е. Н., Скоробогатых И. И., Сагинова О. В. Экономика предприятия [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат. - Москва: КноРус, 2024. - 472 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/951593>

Л1.8 Григоренко О. В., Мыльникова А. Н., Садовничая И. О. Экономика предприятия и управление организацией [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат. - Москва: Русайнс, 2024. - 266 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/951450>

дополнительная

Л2.1 Айдинова А. Т., Кожевникова А. С. Экономика организаций (предприятий):практикум. - Ставрополь: Ставролит, 2021. - 907 КБ

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

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1		

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Экономика отраслевых рынков» предусматривает изучение тем, в которых рассматриваются сущность, состав и задачи организаций, механизм их функционирования,

принципы и закономерности функционирования организации как хозяйственной системы, методы планирования и управления деятельностью организации в целях повышения ее эффективности..

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 предприятий.

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 «Экономика отраслевых рынков» 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 Экономика отраслевых рынков 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 «Экономика от-раслевых рынков» 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 «Экономика отраслевых рынков» 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 «Экономика отраслевых рынков», 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

1. Kaspersky Total Security - Антивирус
2. Microsoft Windows Server STDCORE AllLngLicense/Software AssurancePack Academic OLV 16Licenses LevelE AdditionalProduct CoreLic 1Year - Серверная операционная система
3. OPERA - Система управления отелем

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Total Security - Антивирус

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	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации		
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		

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 промежуточной аттестации 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 промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации 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 промежуточной аттестации 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);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

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

- по желанию студента промежуточная аттестация 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 промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Рынки потребительских товаров» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970).

Автор (ы)

_____ доц. , кандидат экономических наук Косинова Елена Александровна

Рецензенты

_____ профессор , доктор экономических наук Банникова Наталья Владимировна

Рабочая программа дисциплины «Рынки потребительских товаров» рассмотрена на заседании Кафедры агроэкономики и маркетинга протокол № от г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Заведующий кафедрой _____ Агаларова Екатерина Григорьевна

Рабочая программа дисциплины «Рынки потребительских товаров» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № от г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Руководитель ОП _____