Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.Б.14 Рынки потребительских товаров»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.06 Торговое дело

(код и наименование направления подготовки)

Коммерция

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2017

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

наименование кафедры

протокол № 8 от "02" 02 2017 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

наименование кафедры

подпись

О.М. Калиева
расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент

должность

подпись

И.Б. Береговая
расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.06 Торговое дело

код наименование

личная подпись

О.М. Калиева
расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Грицай
расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

Н.В. Лужнова
расшифровка подписи

№ регистрации 40852

© Береговая И.Б., 2017
© ОГУ, 2017

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических основ и практических умений и навыков деятельности на рынках потребительских товаров.

Задачи:

- получение базовых представлений о рынках потребительских товаров;
- овладение умениями и навыками осуществления деятельности на рынках потребительских товаров.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.6 Экономическая теория, Б.1.Б.15 Маркетинг, Б.1.Б.17 Коммерческая деятельность, Б.1.Б.21 Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка*

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.Б.19 Техническое оснащение торговых предприятий, Б.1.В.ОД.8 Маркетинговые исследования, Б.1.В.ОД.10 Электронная коммерция, Б.1.В.ДВ.1.2 Технологии продаж, Б.1.В.ДВ.4.1 Инновации в торговой деятельности*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p>Знать: основные виды технических документов, используемых для регламентирования деятельности на рынках потребительских товаров.</p> <p>Уметь: разрабатывать основные виды технических документов, используемых для регламентирования деятельности на рынках потребительских товаров.</p> <p>Владеть: навыками проверки правильности оформления технических документов, используемых для регламентирования деятельности на рынках потребительских товаров.</p>	ОПК-5 готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления
<p>Знать: основы управления ассортиментом потребительских товаров в рыночных условиях.</p> <p>Уметь: оценивать конъюнктуру рынка потребительских товаров и использовать результаты оценки для управления ассортиментом.</p> <p>Владеть: навыками оптимизации ассортимента; навыками анализа сбалансированности ассортимента по широте и глубине.</p>	ПК-1 способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	4 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	51,25	51,25
Лекции (Л)	34	34
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю и т.п.)	92,75	92,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	экзамен	

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Понятие потребительского рынка и его роль в экономике	14	4	2		8
2	Факторы развития потребительского рынка	14	2	2		10
3	Управление потребительским рынком	26	6	2		18
4	Рынок непродовольственных товаров	38	12	6		20
5	Рынок продовольственных товаров	52	10	4		38
	Итого:	144	34	16		94
	Всего:	144	34	16		94

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Понятие потребительского рынка и его роль в экономике

Понятие рынка, его структура. Классификация рынков. Особенности рынка потребительских товаров. Концепция продукта. Классификация продуктов. Рынок товаров промышленного назначения. Рынок потребительских товаров. Товарная политика предприятий. Рыночная атрибутика товаров.

Рыночная инфраструктура. Непродовольственные торговые сети региона. Продовольственные торговые сети региона. Основные направления развития розничной торговли. Положительные и отрицательные стороны розничной торговой сети региона.

Раздел 2. Факторы развития потребительского рынка

Экономические факторы развития рынка. Социально-демографические факторы развития рынка. Психографические факторы развития рынка. Политические факторы развития рынка. Географические факторы развития рынка.

Раздел 3. Управление потребительским рынком

Необходимость управления потребительским рынком. Система управления потребительским рынком. Методы управления потребительским рынком. Принципы управления рынком.

Объекты управления рынками потребительских товаров. Конъюнктура рынка: понятие, исследование, факторы развития. Ассортимент потребительских товаров как объект управления рынками потребительских товаров. Техническая документация регламентирования рынка потребительских товаров: товарная номенклатура, ассортиментный перечень, ассортиментный минимум, ассортиментная матрица.

Субъекты управления потребительским рынком и их цели: государственные и негосударственные. Механизм управления потребительским рынком. Инструменты управления рынком: нормативные, экономические, информационные.

Раздел 4 Рынок непродовольственных товаров

Рынок текстильных товаров: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития. Рынок обуви: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития. Рынок электробытовых товаров и электроники: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития. Рынок игрушек: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития. Рынок канцелярских товаров: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития. Рынок парфюмерно-косметических товаров: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития. Рынок посуды: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития. Рынок строительных товаров: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития.

Раздел 5 Рынок продовольственных товаров

Рынок молока и молочных товаров: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития. Рынок мяса и мясных товаров: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития. Рынок овощей и фруктов: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития. Рынок сахара и кондитерских изделий: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития. Рынок растительного масла: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития. Рынок рыбы и морепродуктов: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития. Рынок алкогольной и слабоалкогольной продукции: характеристика ассортимента, состояние и тенденции развития.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Понятие рынка, его структура. Классификация рынков	2
2	2	Влияние факторов на развитие потребительского рынка	2

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
3	3	Система управления потребительским рынком	2
4	4	Рынок посуды	2
5	4	Рынок одежно-обувных товаров	2
6	4	Рынок электронных товаров	2
7	5	Рынок вкусовых товаров	2
8	5	Рынок мясных и рыбных товаров	2
		Итого:	16

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Иневатова, О.А. Региональные рынки : учебное пособие [Электронный ресурс]/ О.А. Иневатова, С.А. Дедеева, Ю.А. Макарова ; Кафедра региональной экономики, Министерство образования и науки Российской Федерации. - Оренбург : ОГУ, 2015. - 204 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7410-1330-4. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439003>. - ЭБС: «Университетская библиотека», по паролю.
2. Хохлов, А.В. Мировые товарные рынки: учебное пособие [электронный ресурс]/ А.В. Хохлов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-9776-0322-5. - URL : <http://znanium.com/bookread2.php?book=460914> - ЭБС «Знаниум», по паролю.

5.2 Дополнительная литература

1. Ибрагимов, Л.А. Инфраструктура товарного рынка : учебное пособие / Л.А. Ибрагимов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 359 с. - ISBN 978-5-238-01438-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436707>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
2. Осипова, Е. И. Маркетинг [Текст] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Менеджмент организации" / Е. И. Осипова. - Москва : Проспект, 2017. - 223 с. : табл. - На тит. л.: Электронные версии книг на сайте www.prospekt.org. - Библиогр.: с. 217-218. - Прил.: с. 219-222. - ISBN 978-5-392-23676-3.
3. Панкова Л.В. Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири/КуимовВ.В., СуловаЮ.Ю., ЩербенкоЕ.В. и др. - Краснояр.: СФУ, 2015. - 268 с.: ISBN 978-5-7638-3149-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/550285> . - ЭБС: «Знаниум», по паролю.
4. Филимоненко, И.В. Моделирование оценки состояния локальных рынков региона (на примере Красноярского края) / И.В. Филимоненко. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2010. - 145 с. - ISBN 978-5-7638-1980-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229164>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.

5.3 Периодические издания

1. Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017
2. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017
3. Менеджмент в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Финпресс", 2017
4. Практический маркетинг : журнал. - М. : Агентство "BCI Marketing", 2017
5. Российское предпринимательство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017
6. Экономика и предпринимательство: журнал. - Москва : Агентство "Роспечать". - 2016.
7. Эксперт : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017

5.4 Интернет-ресурсы

1. <http://base.garant.ru> – информационно-правовой портал «Гарант» ориентирован на оказание комплексной профессиональной правовой поддержки с помощью современных информационных технологий. "Гарант" – основоположник сферы информационно-

- правовых услуг, на протяжении многих лет работы занимающий в ней лидирующие позиции. "Гарант" постоянно расширяет спектр правовой помощи, предоставляя комплексное высокотехнологичное информационно-правовое обеспечение.
2. <http://www.consultant.ru> - КонсультантПлюс — компьютерная справочно-правовая система в России, разрабатывается компанией «КонсультантПлюс» и содержит свыше 82,5 миллионов документов по состоянию на декабрь 2015 г. Широко используется юристами, бухгалтерами, кадровыми специалистами, руководителями организаций, специалистами госорганов, учеными, студентами и преподавателями юридических и экономических вузов.
 3. <http://www.ural56.ru> - «Урал56.Ру» - проект медиахолдинга Урал-ТВ. Это независимый информационный портал с лентой новостей Оренбурга, Орска и Оренбургской области и различными тематическими разделами. Портал информирует о событиях Оренбурга, Орска и всей Оренбургской области, а также России и мира. На портале действуют различные сервисы и разделы. В разделе «Объявления» можно быстро продать или купить любой товар или услугу.
 4. <http://tenderhunter.ru> - TenderHunter.ru – уникальный сервис по подбору тендеров. Алгоритмы поиска позволяют находить тендеры по параметрам с максимальной точностью. Цель портала – предоставить самый удобный сервис для участия в тендерах. Специалисты компании оказывают консультации каждому клиенту, заинтересованному в наших услугах. На портале собраны актуальные тендеры с 6138 площадок в одном месте, чтобы поиск информации о тендерах был удобнее и быстрее.

Открытые онлайн-курсы

1 «Маркетинг – быстрый старт» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://universarium.org> – «Универсариум» / Разработчик курса : НИУ «Высшая школа экономики», режим доступа: <https://universarium.org/course/724>.

2 «Маркетинг» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://openedu.ru> - «Открытое образование» / Разработчик курса : НИУ «Высшая школа экономики», режим доступа: <https://openedu.ru/course/hse/MARK/>.

5.5 Программное обеспечение

- 1 Операционная система Microsoft Windows.
- 2 Open Office/LibreOffice - свободный офисный пакет программ, включающий в себя текстовый и табличный редакторы, редактор презентаций и другие офисные приложения.
- 3 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2017]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: `\\fileserver1\GarantClient\garant.exe`
- 4 КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2017]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: `\\fileserver1\CONSULT\cons.exe`

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 SCOPUS [Электронный ресурс] : реферативная база данных / компания Elsevier. – Режим доступа : <https://www.scopus.com/>, в локальной сети ОГУ.

2 Springer [электронный ресурс] : база данных научных книг, журналов, справочных материалов / компания Springer Customer Service Center GmbH. – Режим доступа : <https://link.springer.com/>, в локальной сети ОГУ.

3 Web of Science [Электронный ресурс] : реферативная база данных / компания Clarivate Analytics. – Режим доступа : <https://apps.webofknowledge.com/>, в локальной сети ОГУ.

4 Restko [Электронный ресурс] : базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR - Базы рынка рекламы) / компания ООО «Рестко». – Режим доступа : <https://www.restko.ru/>, в локальной сети ОГУ.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.