

Б1.В.ДВ.12. 2. РЫНКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Цель дисциплины: освоение знаний, приобретение умений и формирование компетенций в области исследования и прогнозирования перспективного развития товарных рынков, решения проблемы обеспечения населения в качественных товарах с учетом особенностей их производства, дистрибуции, состояния и тенденций развития национального рынка для профессиональной деятельности бакалавров.

Задачи дисциплины:

- овладение основами экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности предприятий, работающих на рынках потребительских товаров;
- изучение рынков потребительских товаров на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- приобретение навыков сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для комплексного изучения товарных рынков и анализа покупательских предпочтений потребителей товаров;
- овладение готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;
- формирование и отработка практических навыков решения стандартных задач исследования рынков потребительских товаров, обеспечения продовольственной безопасности с применением информационно-коммуникационных технологий.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина (Б1.В.ДВ.12.2.) «Рынки потребительских товаров» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина «Рынки потребительских товаров» основывается на знаниях следующих дисциплин: «Коммерческая деятельность», «Правовое регулирование профессиональной деятельности», «Маркетинг».

Для успешного освоения дисциплины «Рынки потребительских товаров», студент должен:

Знать:

- задачи профессиональной деятельности; информационную и библиографическую культуру (ОПК-1);
- нормативные документы и действующее законодательство в области профессиональной деятельности (ОК-6, ОПК-3);
- потребности покупателей товаров и услуг (ПК-3);
- конъюнктуру рынка товаров и услуг (ПК-3).

Уметь:

- анализировать исторические факторы становления и развития инфраструктуры товарного рынка (ОК-1);
- использовать экономические знания при оценке эффективности результатов профессиональной деятельности (ОК-2);
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры; с применением информационно-коммуникационных технологий и учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);
- использовать общеправовые знания в области профессиональной деятельности (ОК-6, ОПК-3);
- выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций; изучать и прогнозировать спрос потребителей; анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3).

Владеть:

- навыками использования общеправовых знания в области профессиональной деятельности (ОК-6, ОПК-3);
- методами и приемами решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);
- навыками работы с нормативно-правовыми документами в области профессиональной деятельности (ОК-6, ОПК-3);
- методами изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка (ПК-3).

Изучение учебной дисциплины «Рынки потребительских товаров» является основой для успешного прохождения практики и подготовки студента к государственной аттестации.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОК-2 – способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах.

В результате освоения компетенции **ОК - 2** студент должен:

Знать:

- основы экономических знаний;
- экономические законы рынка.

Уметь:

- использовать экономические знания при оценке эффективности результатов исследования рынков потребительских товаров, системы товароснабжения и хозяйственных связей, рыночной инфраструктуры.

Владеть:

- методами анализа и оценки количественных и качественных показателей рынков потребительских товаров.

ОПК-1 – способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

В результате освоения компетенции **ОПК -1** студент должен:

Знать:

- формы и методы формирования российского продовольственного рынка, состояния АПК, государственного регулирования и обеспечения продовольственной безопасности;

- стандартные задачи исследования рынков потребительских товаров;

- роль информационно-коммуникационных технологий при изучении рынков потребительских товаров .

Уметь:

- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры;

- решать стандартные задачи с применением информационно-коммуникационных технологий;

- решать стандартные задачи с учетом основных требований информационной безопасности.

Владеть:

- методами и приемами решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

ОПК-4 – способность осуществлять, сбор, хранение, обработку и оценку информации необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и/или торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

В результате освоения компетенции **ОПК - 4** студент должен:

Знать:

- сущность и значение информации для исследования рынков потребительских товаров;

- информационное сопровождение процесса исследования рынков потребительских товаров;

- основные методы и средства получения, хранения, переработки информации.

Уметь:

- осуществлять поиск информации, необходимой для комплексного изучения товарных рынков и анализа покупательских предпочтений потребителей товаров;

- применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации для выбора оптимальных решений при исследовании и прогнозировании тенденций, складывающихся на рынке потребительских товаров;

- работать с компьютером как со средством управления информацией.

Владеть:

- способностью осуществлять, сбор, хранение, обработку и оценку информации необходимой информации, необходимой для комплексного изучения товарных рынков и анализа покупательских предпочтений потребителей товаров.

ПК-3 – готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

В результате освоения компетенции **ПК - 3** студент должен:

Знать:

- спрос потребителей на потребительские товары и конъюнктуру товарного рынка;

- потребности покупателей потребительских товаров и факторы, влияющие на потребительский выбор;

- теоретические и методологические основы современного состояния товарных рынков и ассортимента потребительских товаров в условиях, имитирующих профессиональную деятельность выпускника.

Уметь:

- выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций;

- изучать и прогнозировать спрос потребителей на потребительские товары;

- анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

Владеть:

- методами изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка.

Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов дисциплины
1	Рынки потребительских товаров и их государственное регулирование
2	Спрос и предложение на рынках потребительских товаров
3	Конкуренция на рынках потребительских товаров
4	Рынок зерна, мукомольно-крупяных и хлебобулочных изделий
5	Рынок сахара и кондитерских товаров
6	Рынок вкусовых товаров
7	Рынок плодоовощных товаров
8	Рынок мяса и мясопродуктов, птицы, яйца и продуктов их переработки
9	Рынок молока и молочных продуктов
10	Рынок масличного сырья и жировых продуктов
11	Рынок рыбы, нерыбных объектов промысла и продуктов, вырабатываемых из них

Формы контроля – зачет.