

Б1.В.12 АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОНЬЮНКТУРЫ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ

Цель дисциплины: освоение знаний, приобретение умений и формирование компетенций в области анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков, разработки перспективных направлений их развития для профессиональной деятельности бакалавров.

Задачи дисциплины:

- отработка практических навыков анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков потребительских товаров на основе методов математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; математического аппарата;
- овладение алгоритмом и методическим обеспечением анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков;
- формирование и отработка практических навыков выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций, изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка;
- приобретение навыков нахождения организационно-управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях, необходимых для комплексного изучения товарных рынков и анализа покупательских предпочтений потребителей товаров.

Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина (Б1.В.12) «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» относится к вариативной части учебного плана.

Дисциплина «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» основывается на знании следующих дисциплин: «Коммерческая деятельность», «Математические методы и модели в экономике», «Высшая математика», «Правовое регулирование в торговой деятельности», «Теоретические основы товароведения и стандартизация», «Маркетинг».

Для успешного освоения дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков», студент должен:

Знать:

- задачи профессиональной деятельности; информационную и библиографическую культуру (ОПК-1);
- нормативные документы и действующее законодательство в области профессиональной деятельности (ОПК-3);
- потребности покупателей товаров и услуг (ПК-3);
- методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; математический аппарат при решении задач анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков (ОПК-2).

Уметь:

- анализировать исторические факторы становления и развития

инфраструктуры товарного рынка (ОПК-1);

- использовать экономические знания при оценке эффективности результатов профессиональной деятельности (ПК-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 (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 знаний в области профессиональной деятельности (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 (ОПК-3);

- методами изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка (ПК-3);

- методами математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; математическим аппаратом при решении задач анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков (ОПК-2).

Изучение учебной дисциплины «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков» является основой для успешного изучения дисциплины «Оценка конкурентоспособности товаров и услуг», для прохождения практики и подготовки к итоговой государственной аттестации.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОПК-2 – способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем

В результате освоения компетенции ОПК-2 студент должен:

Знать: методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; математический аппарат при решении задач анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков

Уметь: применять основные методы математического анализа и

моделирования, теоретического и экспериментального исследования; математический аппарат при решении профессиональных задач анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков

Владеть: методами математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; математическим аппаратом при решении профессиональных задач анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков, разработки перспективных направлений их развития

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

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

Знать: методы изучения спроса покупателей и конъюнктуры товарного рынка; маркетинговые коммуникации

Уметь: выявлять, удовлетворять и формировать потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций; изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

Владеть: методами изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка

ПК – 9 - готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.

В результате освоения компетенции **ПК - 9** студент должен:

Знать: основные стратегии организации с учетом анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков

Уметь: анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации с учетом анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков

Владеть: методами анализа, оценки и разработки стратегии организации с учетом анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков

Содержание дисциплины:

| № п/п | Наименование тем дисциплины |
|-------|--|
| 1 | Состояние и тенденции развития рынков потребительских товаров |
| 2 | Спрос и предложение на рынках потребительских товаров. Определение емкости товарного рынка |
| 3 | Методы, технологии и показатели анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков |
| 4 | Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков отдельных групп продовольственных товаров |

| | |
|---|--|
| 5 | Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков отдельных групп непродовольственных товаров |
|---|--|

Формы контроля – экзамен.