

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Рынок товаров и услуг

Наименование ОПОП ВО

38.03.06 Торговое дело. Интернет-маркетинг и электронная торговля

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Программа курса рассчитана на получение студентами не только теоретических знаний, но и практических навыков анализа рынка товаров и услуг, а также на формирование ответственности за оптимизацию торгового ассортимента предприятий.

В ходе изучения курса студенты должны иметь представление об особенностях различных рынков, уметь анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров.

Целью дисциплины «Рынок товаров и услуг» является формирование у будущих бакалавров целостного представления о функционировании современного рынка товаров и услуг.

К основным задачам курса можно отнести следующие:

- знакомство с особенностями отдельных рынков товаров и услуг;
- умение характеризовать основные процессы в системе рынков товаров и услуг;
- получение и закрепление практических навыков в применении методов исследования рынка товаров и услуг;
- закрепить навыки исследования потребностей в товарах и услугах;
- получение навыков выбора поставщиков потребительских товаров с учетом различных требований;
- умение анализировать коммерческие предложения;
- получение навыков анализа конъюнктуры товарных рынков;
- получение навыков разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров;
- закрепить навыки оптимизации торгового ассортимента.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
38.03.06 «Торговое дело» (Б-ГД)	ПК-3	Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать	Знания:	- основных методов определения спроса потребителей; - основных методов прогнозирования спроса потребителей
			Умения:	- анализировать спрос; - различать группы потребителей; - формировать потребности потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций

		и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Навыки:	- навыками разработки мероприятий по стимулированию сбыта товаров; - навыками анализа маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка
--	--	--	---------	--

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Товар или услуга как один из способов удовлетворения потребностей
- 2) Понятие и особенности товарного рынка
- 3) Формирование рынка услуг
- 4) Комплексное исследование рынка товаров и услуг
- 5) Конкуренция и конкурентные преимущества, анализ конъюнктуры товарных рынков
- 6) Стимулирование сбыта как средство воздействия на рынок

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес-тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.03.06 Торговое дело	ОФО	Бл1.ДВ.Г	4	4	73	36	36	0	1	0	71	Э

Составители(ль)

*Юрченко Н.А., доцент, Кафедра таможенного дела и логистики,
Natalya.Yurchenko@vvsu.ru*