

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Экономический факультет
Кафедра «Торговое дело»

УТВЕРЖДАЮ:

Декан Экономического факультета



Е.С. Тхор

» сентябрь 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА»

По направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело
Магистерская программа: «Коммерческая деятельность»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Формирование и развитие регионального потребительского рынка» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело – с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Формирование и развитие регионального потребительского рынка» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (утверждённый приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 982, зарегистрировано в Минюсте России 26.08.2020 г. № 59487).

СОСТАВИТЕЛИ:

д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

канд. экон. наук, доцент Куделя Л.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Торговое дело» «28» марта 2023 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой

«Торговое дело»



д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

Переутверждена: « » 2023 г., протокол №

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: « » 2023 г., протокол №

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии Экономического факультета «21» апреля 2023 г., протокол № 4.

Председатель учебно-методической

комиссии Экономического факультета



Шаповалова Е.Н.

© Болдырев К.А., 2023 год

© Куделя Л.В., 2023 год

© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Формирование и развитие регионального потребительского рынка» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело – с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Формирование и развитие регионального потребительского рынка» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (утверждённый приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 982, зарегистрировано в Минюсте России 26.08.2020 г. № 59487).

СОСТАВИТЕЛИ:

д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

канд. экон. наук, доцент Куделя Л.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Торговое дело» «28» марта 2023 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой

«Торговое дело»



д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

Переутверждена: « » 2023 г., протокол №

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: « » 2023 г., протокол №

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии Экономического факультета «21» апреля 2023 г., протокол № 4.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического факультета



Шаповалова Е.Н.

© Болдырев К.А., 2023 год

© Куделя Л.В., 2023 год

© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Целью изучения дисциплины «Формирование и развитие регионального потребительского рынка» является изучение теоретических и прикладных основ функционирования системы региональных потребительских рынков с учетом нового экономического механизма в условиях развития рыночных отношений.

Задачи изучения дисциплины:

раскрыть экономическую сущность системы региональных потребительских рынков;

изучить объективные условия, предпосылки и закономерности формирования и развития региональных рынков;

охарактеризовать методологические принципы экономической диагностики процессов формирования и функционирования региональных рынков;

изучить классификацию элементов рыночной системы на региональном уровне и специфические критерии выделения различных типов локальных региональных рынков;

изучить влияние региональных рынков на региональный воспроизводственный процесс;

оценить современный уровень развития экономического потенциала региональных рынков;

изучить основные закономерности взаимодействия хозяйствующих субъектов экономики региона на различных региональных рынках;

охарактеризовать организационно-экономическую модель функционирования региональных рынков в рамках регионального воспроизводственного процесса;

изучить методы экономического регулирования процессов формирования и развития региональных рынков;

рассмотреть основные положения программы развития региональных рынков и методические рекомендации по регулированию процессов ее формирования.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Курс входит в вариативную часть цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

Дисциплина реализуется кафедрой «Торговое дело».

Основывается на базе дисциплин: «Стратегическое управление коммерческой деятельностью», «Управление рисками коммерческой деятельности».

Является основой для изучения следующих дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки: «Инновационное управление коммерческой деятельностью», «Планирование и прогнозирование на потребительском рынке», «Таргетирование и стратегии продаж».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-3. Способен осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	ПК-3.1. Разрабатывает меры по внедрению инновационных товаров (услуг). ПК-3.2. Разрабатывает и реализует комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг).	знать: инновационные системы закупок и продаж товаров; основы проектирования, разработки и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности; инвестиционные решения, необходимые для проведения инновационной деятельности; современные маркетинговые решения; тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес технологий; основные тенденции развития рынка; основные пропорции развития рынка; понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг); организацию рынков сбыта с использованием инновационных способов сбыта; нормативное законодательство в сфере маркетинговой деятельности и электронной коммерции уметь: ставить цели экспериментальной работы и планировать её процесс; разрабатывать проекты внедрения инновационных технологий; работать в рабочих группах новых проектов; генерировать идеи, проектировать и разрабатывать новые формы и методы торговой деятельности; оценивать маркетинговые решения; анализировать ассортиментную политику организации; анализировать маркетинговые решения в отношении товаров (услуг, брендов); анализировать ассортимент товаров и услуг организации; раскрывать сущность понятий в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг); анализировать уровень монополизации рынка и уровень конкуренции, а также анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов; трактовать нормативное

		законодательство в сфере маркетинговой деятельности и электронной коммерции владеть: навыками выявления проблем предприятия и осуществления инновационного процесса; аналитическими методами для оценивания эффективности инновационных, торговых, технологических, маркетинговых, логистических и рекламных технологий на предприятии; навыками прогнозирования, проектирования и информационного сопровождения коммерческого, маркетингового и логистического видов профессиональной деятельности; навыками реализовывать маркетинговые решения; навыками оценивания ассортиментной политики организации; навыками оценивания маркетинговые решения в отношении товаров (услуг, брендов);
--	--	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объём часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	252 ч. (7 зач. ед)	252 ч. (7 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего), в том числе:	60	60
Лекции	24	24
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	36	36
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчётно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	192	192
Форма аттестации	экзамен	экзамен

4.2 Содержание разделов дисциплины

Тема 1. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК: СУЩНОСТЬ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

Понятие потребительского рынка и его роль в экономике. Факторы развития потребительского рынка.

Тема 2. ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА ТОВАРНОГО РЫНКА В РЕГИОНЕ

Определение регионального рынка. Формирование и развитие рынков в регионе. Система региональных рынков товаров и услуг

Тема 3. РЫНКИ В СТРУКТУРЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Рынок в системе региональной экономики. Локальные рынки: их роль, место и значение в развитии воспроизводственных процессов в регионах. Концепции исследования развития и функционирования региональных рынков.

Тема 4. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ В РЕГИОНЕ

Понятие рынка потребительских товаров и услуг в регионе. Рынок потребительских товаров и услуг в системе региональных рынков. Особенности и принципы государственного регулирования процесса развития регионального рынка потребительских товаров и услуг. Процесс формирования региональной политики по развитию рынка потребительских товаров и услуг.

Тема 5. КОНЬЮНКТУРА РЫНКА

Понятие конъюнктуры. Соотношение между спросом и предложением как основной показатель рыночной конъюнктуры. Аспекты анализа конъюнктуры

Тема 6. РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Понятие регионального рынка продовольственных товаров. Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на региональном рынке продовольственных товаров. Информационное обеспечение регионального рынка продовольственных товаров.

Тема 7. КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРОВ И ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Понятие и виды конкуренции. Сущность конкурентоспособности товаров и предприятий

Тема 8. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Информация как фактор управления рынком продовольственных товаров. Методология исследования рынка продовольственных товаров. Сущность анализа рынка продовольственных товаров

Тема 9. МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Ценообразование и ценовая политика фирмы. Анализ механизма ценообразования.

Тема 10. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ НА РЫНКЕ.

Сущность позиционирования. Стратегии позиционирования продовольственных товаров.

Тема 11. СИСТЕМА СБЫТА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Понятие сбыта. Функции сбыта. Понятие и сущность посредничества на рынке продовольственных товаров. Система посредников на рынке продовольственных товаров. Система предприятий торговли на рынке продовольственных товаров. Значение системы сбыта для эффективного функционирования рынка.

Тема 12. ЕМКОСТЬ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Сущность емкости рынка. Методы определения емкости рынка продовольственных товаров.

Тема 13. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Сущность сегментации и критерии выбора целевого сегмента рынка. Методы сегментации рынка продовольственных товаров. Виды поведения покупателей на рынке продовольственных товаров.

Тема 14. РЫНОК ОСНОВНЫХ ВИДОВ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

Перспективы развития продовольственного рынка. Рынок зерна и зернопродуктов. Рынок молока и молочной продукции. Рынок мяса и мясной продукции. Рынок картофеля и плодоовощной продукции. Рынок сахара и кондитерских изделий. Рынок растительного масла. Рынок рыбы и морепродуктов. Рынок алкогольной и слабоалкогольной продукции

Тема 15. РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Понятие регионального рынка непродовольственных товаров. Структура рынка непродовольственных товаров. Управление развитием рынка непродовольственных товаров в регионе

Тема 16. Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе Определение, место и роль рыночной инфраструктуры в экономике

региона. Классификация и группировки видов, типов и форм рыночной инфраструктуры региона. Система статистических показателей рыночной инфраструктуры региона.

4.3 Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Потребительский рынок: сущность и экономическое содержание	4	4
2	Понятие и структура товарного рынка в регионе	4	4
3	Рынки в структуре региональной экономической системы	4	4
4	Потребительский рынок товаров и услуг в регионе	4	4
5	Конъюнктура рынка	4	4
6	Региональный рынок продовольственных товаров	4	4
Итого:		24	24

4.4 Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Потребительский рынок: сущность и экономическое содержание	2	2
2	Понятие и структура товарного рынка в регионе	2	2
3	Рынки в структуре региональной экономической системы	2	2
4	Потребительский рынок товаров и услуг в	2	2

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
	регионе		
5	Конъюнктура рынка	2	2
6	Региональный рынок продовольственных товаров	2	2
7	Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на рынке продовольственных товаров	4	4
8	Информационное обеспечение рынка продовольственных товаров	2	2
9	Механизм ценообразования на рынке продовольственных товаров	2	2
10	Позиционирование продовольственных товаров на рынке	2	2
11	Система сбыта продовольственных товаров	2	2
12	Емкость рынка продовольственных товаров	2	2
13	Сегментация рынка продовольственных товаров	2	2
14	Рынок основных видов продовольствия	2	2
15	Региональный рынок непродовольственных товаров	2	2
16	Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе	2	2
Итого:		36	36

4.5 Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Очная форма
1	Потребительский рынок: сущность и экономическое содержание	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	10
2	Понятие и структура товарного рынка в регионе	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	10
3	Рынки в структуре региональной экономической системы	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному	22	22

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Очная форма
		контролю знаний и умений.		
4	Потребительский рынок товаров и услуг в регионе	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	10
5	Конъюнктура рынка	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	10
6	Региональный рынок продовольственных товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	10
7	Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на рынке продовольственных товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	10
8	Информационное обеспечение рынка продовольственных товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	20	20
9	Механизм ценообразования на рынке продовольственных товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	20	20
10	Позиционирование продовольственных товаров на рынке	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и	10	10

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Очная форма
		промежуточному контролю знаний и умений.		
11	Система сбыта продовольственных товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	10
12	Емкость рынка продовольственных товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	10
13	Сегментация рынка продовольственных товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	10
14	Рынок основных видов продовольствия	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	10
15	Региональный рынок непродовольственных товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	10
16	Инфраструктура рынка товаров и услуг в регионе	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и	10	10

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Очная форма
		промежуточному контролю знаний и умений.		
Итого:			192	192

4.6 Курсовые работы / проекты по дисциплине «Виртуальные способы ведения операций коммерческой деятельности» не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и

особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном

пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного,

проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Лагодич Л.В., Устойчивость развития продовольственного рынка Республики Беларусь: теория и методология / Л.В. Лагодич - Минск : Белорус. наука, 2015. - 256 с. - ISBN 978-985-08-1900-0 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9789850819000.html>

2. Филимоненко И.В., Моделирование оценки состояния локальных рынков региона (на примере Красноярского края) / Филимоненко И.В. - Красноярск : СФУ, 2010. - 145 с. - ISBN 978-5-7638-1980-9 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763819809.html>

3. Экономика торговли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Н.С. Шелег, Р.П. Валевиц, С.О. Белова, А.В. Владыко, Е.Ф. Волонцевич, Г.А. Давыдова, С.И. Кабушкина, И.М. Микулич, Т.Е. Парицкая, И.В. Прыгун, Н.Н. Скриба, С.И. Скриба, Е.А. Соколовская, А.М. Никонович - Минск : Выш. шк., 2012. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9789850621108.html>

б) дополнительная литература:

4. Экономика товарного обращения [Электронный ресурс]: учебник /Александров Ю. Л. - Красноярск: СФУ, 2015. -
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763833188.html>

5. Организация торговли [Электронный ресурс] / Чернухина Г.Н. -М. : Университет "Синергия", 2016.

6. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785425702104.html>.
[studentlibrary.ru/book/ISBN9789850627865.html](http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9789850627865.html)

г) Интернет-ресурсы:

Министерство образования и науки Российской Федерации –<http://минобрнауки.рф/>

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки –<http://obrnadzor.gov.ru/>

Министерство образования и науки Луганской Народной Республики –
<https://minobr.su>

Министерство финансов Луганской Народной Республики (Минфин ЛНР). – <https://minfinlnr.su/>

Министерство экономического развития Луганской

Народной Республики (Минэконом ЛНР). –
<https://merlnr.su/> Государственный таможенный комитет
 Луганской Народной Республики –
<https://gtklnr.su>

Электронные библиотечные системы и ресурсы

Электронно-библиотечная система «Консультант-студента»
 – <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Формирование и развитие регионального потребительского рынка» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Формирование и развитие регионального потребительского рынка»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ПК-3. Способен осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	Пороговый	знать: инновационные системы закупок и продаж товаров; основы проектирования, разработки и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности; инвестиционные решения, необходимые для проведения инновационной деятельности; современные маркетинговые решения; тенденции изменения конъюнктуры рынка, бизнес технологий; основные тенденции развития рынка; основные пропорции развития рынка; понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг); организацию рынков сбыта с использованием инновационных способов сбыта; нормативное законодательство в сфере маркетинговой деятельности и электронной коммерции

Основной		Базовый	уметь: - ставить цели экспериментальной работы и планировать её процесс; - разрабатывать проекты внедрения инновационных технологий; - работать в рабочих группах новых проектов; - генерировать идеи, проектировать и разрабатывать новые формы и методы торговой деятельности; - оценивать маркетинговые решения; - анализировать ассортиментную политику организации; - анализировать маркетинговые решения в отношении товаров (услуг, брендов); - анализировать ассортимент товаров и услуг организации; - раскрывать сущность понятий в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг); - анализировать уровень монополизации рынка и уровень конкуренции, а также анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов; - трактовать нормативное законодательство в сфере маркетинговой деятельности и электронной коммерции
Заключительный		Высокий	владеть: - навыками выявления проблем предприятия и осуществления инновационного процесса; - аналитическими методами для оценивания эффективности инновационных торгово-технологических, маркетинговых, логистических и рекламных технологий на предприятии; - навыками прогнозирования, проектирования и информационного сопровождения коммерческого, маркетингового и логистического видов профессиональной деятельности; - навыками реализовывать маркетинговые решения; - навыками оценивания ассортиментной политики организации; - навыками оценивания маркетинговые решения в отношении товаров (услуг, брендов); - навыками оценивания конкурентоспособного ассортимента товаров и услуг организации; - навыками свободного использования понятийного аппарата в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг); - навыками исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием инновационных способов сбыта; - практическим правоприменением нормативного законодательства в сфере маркетинговой деятельности и электронной коммерции

**Перечень компетенций (элементов компетенций),
формируемых в результате освоения учебной дисциплины**

№ п/ п	Код компе- тенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
2.	ПК-3.	Способен осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	ПК-3.1. Разрабатывает меры по внедрению инновационных товаров (услуг)	Тема 1. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК: СУЩНОСТЬ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ Понятие потребительского рынка и его роль в экономике. Факторы развития потребительского рынка. Тема 2. ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА ТОВАРНОГО РЫНКА В РЕГИОНЕ Определение регионального рынка. Формирование и развитие рынков в регионе. Система региональных рынков товаров и услуг Тема 3. РЫНКИ В СТРУКТУРЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ Рынок в системе региональной экономики. Локальные рынки: их роль, место и значение в развитии воспроизводственных процессов в регионах. Концепции исследования развития и функционирования региональных рынков. Тема 4. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ В РЕГИОНЕ Понятие рынка потребительских товаров и услуг в регионе. Рынок потребительских товаров и услуг в системе региональных рынков. Особенности и принципы государственного регулирования процесса развития регионального рынка потребительских товаров и услуг. Процесс формирования региональной политики по развитию рынка потребительских товаров и услуг.	1

		ПК-3.2. Разрабатывает и реализует комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)	Тема 8. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ Информация как фактор управления рынком продовольственных товаров. Методология исследования рынка продовольственных товаров. Сущность анализа рынка продовольственных товаров Тема 9. МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ Ценообразование и ценовая политика фирмы. Анализ механизма ценообразования. Тема 10. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ НА РЫНКЕ. Сущность позиционирования. Стратегии позиционирования продовольственных товаров. Тема 11. СИСТЕМА СБЫТА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ Понятие сбыта. Функции сбыта. Понятие и сущность посредничества на рынке продовольственных товаров. Система посредников на рынке продовольственных товаров. Система предприятий торговли на рынке продовольственных товаров. Значение системы сбыта для эффективного функционирования рынка. Тема 12. ЕМКОСТЬ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ Сущность емкости рынка. Методы определения емкости рынка продовольственных товаров. Тема 13. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ Сущность сегментации и критерии выбора целевого сегмента рынка. Методы сегментации рынка продовольственных товаров. Виды поведения покупателей на рынке продовольственных товаров.
--	--	--	--

Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений):

1. Раскройте различные трактовки понятия «потребительский рынок».
2. Исходя из существующих трактовок, что понимается под потребительским рынком?
3. Кто являются непосредственными участниками потребительского рынка?
4. Раскройте классификацию потребительского рынка.
5. Что такое типовая характеристика рынка?
6. Что такое товарный признак?
7. Раскройте формы организации рынка.
8. Чем определяется роль потребительского рынка в социально-экономическом развитии территории?
9. Эволюция взглядов на формирование и развитие рынков в регионах.
10. Проблемы управления рынками в региональной экономике.
11. Тенденции и закономерности развития рынков в регионах.
12. Совершенствование государственного воздействия на рыночные отношения в регионе.
13. Факторы формирования конкуренции на рынках товаров и услуг в регионе.
14. Классификация структуры регионального рынка.
15. Формирование новых рынков в регионах.
16. Роль рынков в системе региональной экономики.
17. Локальные рынки: их роль, место и значение в развитии воспроизводственных процессов в регионах.
18. Какие вы знаете концепции исследования развития и функционирования региональных рынков?
19. В чем заключаются основные проблемы развития рынков в ЛНР?
20. Как можно прогнозировать развитие региональных рынков?
21. Какие существуют программы в ЛНР по развитию рынков?
22. Что такое региональная экономика?
23. Что такое локальный рынок?
24. Назовите признаки локальных рынков.
25. Раскройте принцип сравнительных издержек Д. Рикардо.
26. Что лежит в основе изложенной Вебером модели?
27. Каким образом получили развитие пространственные аспекты рынка в исследованиях А. Леша?
28. Раскройте классификацию товаров и рынков У. Изарда.
29. В чём состоит концепция «треугольника рыночных процессов» Ф. Кларка?
30. Что из себя представляет концепция «радикальной гетерогенности рынков», сформулированная У. Алдерсоном.

31. Как О. Уильямсон и Г. Элиассон рассматривают рынок?
32. Что такое региональный потребительский рынок?
33. Кто являются субъектами регионального потребительского рынка?
34. Что такое локальный потребительский рынок?
35. Какие функции выполняет локальный потребительский рынок?
36. Какие сегменты включает в себя локальный потребительский рынок?
37. Что является объектом регионального потребительского рынка?
38. Какие существуют основные черты рынка потребительских товаров и услуг?
39. Назовите и охарактеризуйте основные подходы к построению государственной региональной политики.
40. Что такое региональный полюс роста?
41. Назовите основные принципы государственного регулирования развития регионального потребительского рынка.
42. Что включает в себя нормативно-правовая регламентация обоснования развития потребительского рынка?
43. Что включает в себя использование рациональных форм и методов государственного регулирования развития потребительского рынка?
44. Что включает в себя учет приоритетных целей и направлений развития потребительского рынка и региональной экономики в целом?
45. Что включает в себя применение методов экономической диагностики в определении направлений государственной политики развития потребительского рынка?
46. Что включает в себя формирование региональной политики на основе оценки инвестиционной привлекательности потребительского рынка?
47. В процессе разработки региональных концепций и стратегий регулирования потребительских рынков необходимо исходить из учета каких факторов?
48. Какие стадии включает процесс формирования и реализации политики региона по развитию рынка потребительских товаров и услуг?
49. Оценка эффективности региональной политики по развитию потребительского рынка, может проводиться по каким основным направлениям?
50. Что такое конъюнктура?
51. Что такое внешнеэкономическая среда?
52. Какие факторы являются конъюнктурообразующими?
53. На каких принципах базируется исследование конъюнктуры рынка?
54. Дайте определение экономической конъюнктуры.
55. Раскройте суть закона спроса.
56. Назовите факторы, влияющие на изменение спроса.
57. Назовите факторы, влияющие на изменение спроса.
58. Раскройте суть закона предложения.

59. Назовите факторы, влияющие на изменение предложения.
60. Что такое общехозяйственное конъюнктура?
61. Что является характерными чертами общехозяйственной и товарной конъюнктуры?
62. Назовите объекты и субъекты конъюнктурных исследований.
63. Назовите аспекты анализа конъюнктуры рынка продовольственных товаров.
64. Что такое продовольственный товар?
65. Дайте определение региональному рынку продовольственных товаров.
66. Кто является субъектами регионального рынка продовольственных товаров?
67. Назовите внешние факторы, которые воздействуют на региональный рынок продовольственных товаров.
68. Назовите функции регионального рынка.
69. Что определяет уровень развития конкуренции на региональном рынке продовольственных товаров?
70. Понятие регионального рынка продовольственных товаров.
71. Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на региональном рынке продовольственных товаров.
72. Информационное обеспечение регионального рынка продовольственных товаров.
73. Проблемы развития продовольственного рынка в регионах ЛНР.
74. Продовольственный рынок ЛНР.
75. Конкурентные отношения на региональном продовольственном рынке.
76. Раскройте понятие конкуренция.
77. Перечислите основные условия существования на рынке свободной конкуренции.
78. В чём выражается внутриотраслевая конкуренция?
79. Что такое межотраслевая конкуренция?
80. Что такое неценовая конкуренция?
81. Что такое чистая конкуренция?
82. Чем характеризуется монополистическая конкуренция?
83. Какие бывают типичные признаки монопольной рыночной структуры?
84. Что такое олигополия?
85. Дайте определение конкуренции и раскройте ее экономическую сущность.
86. Перечислите условия реализации принципа свободной конкуренции.
87. Назовите виды конкуренции.
88. Дайте понятие конкурентоспособности.
89. Что такое конкурентоспособность товара?
90. Что такое конкурентоспособность организации (фирмы)?

91. Охарактеризуйте методику оценки конкурентоспособности продовольственных товаров.
92. Что включает информационное обеспечение рынка продовольственных товаров?
93. Какими причинами вызвана неполнота информации об объекте сделки и о ее возможных последствиях?
94. Какие виды исходной информации бывают?
95. Какие требования к рыночной информации предъявляются?
96. Для информационного обслуживания структур управления продовольственными рынками необходимо создание аналитических служб. Какие задачи должны решать эти службы?
97. Какие бывают направления (типы) исследований рынка продовольственных товаров?
98. Что такое эксперимент?
99. В теории исследования рынка, принято выделять какие эксперименты?
100. Какие требования предъявляются к рыночной информации?
101. Охарактеризуйте основные черты рыночной информации в ЛНР.
102. Назовите задачи аналитических служб информационного обслуживания структур управления продовольственными рынками.
103. Назовите и охарактеризуйте основные направления исследований рынка.
104. Что такое эксперимент? Назовите его типы.
105. Перечислите основные подходы к анализу рынка продовольственных товаров.
106. Что такое ценовая политика?
107. Какие факторы оказывают влияние на ценовую политику фирмы?
108. Что предполагает разработка ценовой политики компании?
109. Что такое механизм ценообразования?
110. Что является стандартизированным (обобщенным) продуктом?
111. Что является дифференцированным продуктом?
112. Какие товары называют взаимозаменяемыми (субститутами)?
113. Какие товары называют взаимодополняющими (комплиментарными) продуктами?
114. Что такое эластичный спрос?
115. Что такое неэластичный спрос?
116. Дайте определение ценовой политики предприятия.
117. Назовите факторы, влияющие на ценовую политику предприятия.
118. Перечислите этапы разработки ценовой политики.
119. Дайте определение механизма ценообразования.
120. Какие факторы оказывают влияние на механизм ценообразования?

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству доклад,сообщение

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Доклад (сообщение) представлен(о) на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Доклад (сообщение) представлен(о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Доклад (сообщение) представлен(о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Доклад (сообщение) представлен(о) на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Тесты:

1. Потребительский рынок - это:

- а) отдельные лица и домохозяйства, приобретающие товары и услуги для личного потребления, особое внимание при этом уделяется покупателю;
- б) взаимодействие продавцов и покупателей на основе актов купли продажи;
- в) систему товарно-денежных и организационно-экономических отношений, складывающихся между хозяйствующими субъектами,

производящими и/или реализующими товары и услуги, и индивидуальными потребителями, приобретающими эти товары для личного использования;

г) процесс ведения хозяйственных отношений в экономике.

2. ... отличается малым количеством заключаемых сделок на протяжении длительного периода, наличием несоответствия спроса и предложения, незаполненным портфелем заказов.

- а) активный рынок;
- б) стагнирующий рынок;
- в) с коллапсирующий рынок;
- г) сокращающийся рынок.

3. Частный, кооперативный и государственный рынки - это классификация?

- а) по экономико-правовой характеристике;
- б) по форме организации;
- в) по субъектному составу;
- г) нет правильных ответов.

4. Роль потребительского рынка в социально-экономическом развитии территории определяется тем, что он:

а) вносит существенный вклад в экономическое развитие страны, региона, города, служит источником налоговых поступлений в бюджеты всех уровней;

б) создает дополнительные рабочие места, что повышает благосостояние населения;

в) регулирует работу домохозяйств;

г) удовлетворяет потребности населения и других субъектов рынка в материальных благах и услугах потребительского назначения в соответствии с их доходами и потребительскими предпочтениями;

д) регулирует работу государственных структур;

е) обеспечивает взаимодействие продавцов и покупателей посредством сделок купли-продажи, согласовывает несовпадающие интересы покупателей и продавцов на основе рыночных отношений;

ж) определяет количественные и качественные характеристики спроса и предложения, регулирует цены;

з) обеспечивает участие территории в межрегиональных и межстрановых торгово-экономических связях;

и) создает выгодные условия для работы местных товаро- производителей.

5. Система региональных рынков – это ...

а) рынки отдельного региона, имеющие характерные для данного региона признаки, отличающиеся как местоположением, так и видами

представленных на них товаров, ценами, конъюнктурой, спросом и предложением товаров;

б) совокупность взаимосвязанных рынков различного типа, который располагается на определенной территории;

в) сфера обмена, где через взаимодействие спроса и предложения формируются цены на товары и происходят товарообменные и товарно-денежные операции, соединяющие продавцов и покупателей;

г) сфера обращения или совокупность актов купли-продажи различных видов деятельности, удовлетворяющие потребности отдельного человека, группы людей, организаций.

6. Региональные рынки – это ...

а) рынки отдельного региона, имеющие характерные для данного региона признаки, отличающиеся как местоположением, так и видами представленных на них товаров, ценами, конъюнктурой, спросом и предложением товаров;

б) совокупность взаимосвязанных рынков различного типа, который располагается на определенной территории;

в) сфера обмена, где через взаимодействие спроса и предложения формируются цены на товары и происходят товарообменные и товарно-денежные операции, соединяющие продавцов и покупателей;

г) сфера обращения или совокупность актов купли-продажи различных видов деятельности, удовлетворяющие потребности отдельного человека, группы людей, организаций.

7. Рынки товарные – это ...

а) рынки отдельного региона, имеющие характерные для данного региона признаки, отличающиеся как местоположением, так и видами представленных на них товаров, ценами, конъюнктурой, спросом и предложением товаров;

б) совокупность взаимосвязанных рынков различного типа, который располагается на определенной территории;

в) сфера обмена, где через взаимодействие спроса и предложения формируются цены на товары и происходят товарообменные и товарно-денежные операции, соединяющие продавцов и покупателей;

г) сфера обращения или совокупность актов купли-продажи различных видов деятельности, удовлетворяющие потребности отдельного человека, группы людей, организаций.

8. Рынок услуг – это ...

а) рынки отдельного региона, имеющие характерные для данного региона признаки, отличающиеся как местоположением, так и видами представленных на них товаров, ценами, конъюнктурой, спросом и предложением товаров;

б) совокупность взаимосвязанных рынков различного типа, который располагается на определенной территории;

в) сфера обмена, где через взаимодействие спроса и предложения формируются цены на товары и происходят товарообменные и товарно-денежные операции, соединяющие продавцов и покупателей;

г) сфера обращения или совокупность актов купли-продажи различных видов деятельности, удовлетворяющие потребности отдельного человека, группы людей, организаций.

9. Подсистема социально-экономического комплекса страны, относительно самостоятельная его часть с законченным циклом воспроизводства и специфическими особенностями социально-экономических процессов – это..

- а) регион;
- б) система региональных рынков;
- в) рынок;
- г) территориальная единица.

10. Система экономических отношений между продавцами и покупателями товаров, с помощью таких отношений осуществляется обращение общественного продукта – это:

- а) рынок;
- б) система региональных рынков;
- в) регион;
- г) территориальная единица.

11. Саморегулируемая система вступающих в определенные экономические отношения субъектов, обеспечивающая создание необходимых условий расширенного воспроизводства – это:

- а) рынок;
- б) система региональных рынков;
- в) регион;
- г) территориальная единица.

12. ... это взаимосвязанная совокупность рынков различного типа, их главная цель - обеспечить эффективное развитие региональной экономики:

- а) рынок;
- б) система региональных рынков;
- в) регион;
- г) территориальная единица.

13. Система региональных рынков включает:

- а) полного ответа нет;
- б) рынок средств производства и рынок информации;

- в) финансовый рынок и рынок недвижимости;
- г) потребительский рынок и рынок труда.

14. Местный рынок это -

- а) совокупность отношений продавцов и покупателей конкретного товара или товарной группы, сфера деятельности которых ограничивается преимущественно одним городом, районом или определенной их частью;
- б) совокупность взаимосвязанных рынков различного типа, который располагается на определенной территории;
- в) сфера обмена, где через взаимодействие спроса и предложения формируются цены на товары и происходят товарообменные и товарно-денежные операции, соединяющие продавцов и покупателей;
- г) сфера обращения или совокупность актов купли-продажи различных видов деятельности, удовлетворяющие потребности отдельного человека, группы людей, организаций.

15. Региональная экономика – это ...

- а) рынки отдельного региона, имеющие характерные для данного региона признаки, отличающиеся как местоположением, так и видами представленных на них товаров, ценами, конъюнктурой, спросом и предложением товаров;
- б) совокупность взаимосвязанных рынков различного типа, который располагается на определенной территории;
- в) это особая часть территории страны со своими природными особенностями, культурными накоплениями прошлого времени, населением с его подготовкой для производственной деятельности, представляющая одно из звеньев национальной экономики.
- г) сфера обмена, где через взаимодействие спроса и предложения формируются цены на товары и происходят товарообменные и товарно-денежные операции, соединяющие продавцов и покупателей;
- д) сфера обращения или совокупность актов купли-продажи различных видов деятельности, удовлетворяющие потребности отдельного человека, группы людей, организаций.
- е) Согласно теории сравнительных издержек Д. Рикардо ...
- ж) изолированное государство, в котором природные ресурсы, необходимые для производства, образуют концентрические зоны, располагающиеся вокруг рыночных центров;
- з) рынок является главным районообразующим фактором;
- и) страны должны производить и экспортировать те товары, которые обходятся им относительно дешево, и импортировать товары, производство которых за границей требует меньших издержек, чем внутри страны;
- к) не один ответ неверен.

16. В основе изложенной Вебером модели лежит ...

а) изолированное государство, в котором природные ресурсы, необходимые для производства, образуют концентрические зоны, располагающиеся вокруг рыночных центров;

б) рынок является главным районообразующим фактором;

в) страны должны производить и экспортировать те товары, которые обходятся им относительно дешево, и импортировать товары, производство которых за границей требует меньших издержек, чем внутри страны.

а) не один ответ неверен.

17. В исследованиях А. Леша ...

а) изолированное государство, в котором природные ресурсы, необходимые для производства, образуют концентрические зоны, располагающиеся вокруг рыночных центров;

б) рынок является главным районообразующим фактором;

в) страны должны производить и экспортировать те товары, которые обходятся им относительно дешево, и импортировать товары, производство которых за границей требует меньших издержек, чем внутри страны.

г) не один ответ неверен.

18. Национальные товары - это

а) товары, производство и потребление которых уравнивается внутри каждого субрегиона, входящего в состав метрополитенского ареала;

б) товары, производство и потребление которых уравнивается по стране в целом и в пределах метрополитенского ареала;

в) необходимые для всей рыночной системы товары, производство и потребление которых балансируется внутри страны в целом;

г) товары, производство и потребление которых уравнивается в пределах каждого микрорайона.

19. Региональные товары - это

а) товары, производство и потребление которых уравнивается внутри каждого субрегиона, входящего в состав метрополитенского ареала;

б) товары, производство и потребление которых уравнивается по стране в целом и в пределах метрополитенского ареала;

в) необходимые для всей рыночной системы товары, производство и потребление которых балансируется внутри страны в целом;

г) товары, производство и потребление которых уравнивается в пределах каждого микрорайона.

20. Субрегиональные товары это -

- а) товары, производство и потребление которых уравнивается внутри каждого субрегиона, входящего в состав метрополитенского ареала;
- б) товары, производство и потребление которых уравнивается по стране в целом и в пределах метрополитенского ареала;
- в) необходимые для всей рыночной системы товары, производство и потребление которых балансируется внутри страны в целом;
- г) товары, производство и потребление которых уравнивается в пределах каждого микрорайона.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству тесты

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% тестов)
4	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% тестов)
3	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% тестов)
2	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50% тестов)

Вопросы и задания к контрольным работам:

Вариант 1

Теоретическая часть:

1. Рынок основных видов продовольствия.
2. Сегментация рынка продовольственных.
3. Емкость рынка продовольственных товаров
4. Система сбыта продовольственных товаров.
5. Позиционирование продовольственных товаров на рынке.
6. Механизм ценообразования на рынке продовольственных товаров.
7. Информационное обеспечение рынка продовольственных товаров
8. Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на рынке продовольственных товаров.
9. Региональный рынок продовольственных товаров.
10. Конъюнктура рынка.
11. Потребительский рынок товаров и услуг в регионе.
12. Рынки в структуре региональной экономической системы.
13. Понятие и структура товарного рынка в регионе.
14. Потребительский рынок: сущность и экономическое содержание.

Задачи:

Задача 1.

На основании исходных данных, представленных в таблице, осуществить методом экспертных оценок выбор поставщика продовольственных товаров для розничного торгового предприятия, находящегося в Саратове. Коэффициенты весомости факторов определить методом прямой балльной оценки. Шкалу оценки, а также тип розничного торгового предприятия выбрать самостоятельно. Объяснить полученные результаты.

Методика выполнения:

В исследовании конкурентоспособности предприятий чаще всего применяется метод экспертных оценок для ранжирования факторов, влияющих на результат их деятельности, по степени значимости. Как правило, с этой целью рассматриваемым факторам присваиваются соответствующие значения, которые носят название коэффициенты весомости.

Это может быть сделано с помощью метода прямой балльной оценки.

В этом случае величины коэффициентов весомости для каждого фактора назначают в абсолютных единицах по заранее выбранной шкале (обычно 3, 5 или 10-балльной), причем более значимому фактору должна соответствовать большая величина коэффициента, а равнозначным критериям - равные коэффициенты. Предлагается оценить показатели, приведенные в таблице 3.1 для каждого из предлагаемых поставщиков (№ 1, № 2, № 3, № 4) и определить наиболее конкурентоспособного из них, который и будет выбран как поставщик для данного розничного предприятия.

Исходные данные:

Подставляя соответствующие показатели (табл. 1) в уравнения (1-2) мы сможем выявить наиболее конкурентоспособного поставщика продовольственных товаров.

Таблица 1

Показатели	Поставщики			
	№ 1	№2	№ 3	№ 4
1	2	3	4	5
1. Основные				
1. Отпускная цена	100	90	92	85
2. Качество	Высокое	Высокое	Выше среднего	Среднее
3. Количество (предлагаемое)	Любое	В 2 раза больше ожидаемого объема реализации	Несколько меньше ожидаемого объема реализации	В пределах ожидаемого объема реализации
4. Размер партии	Произвольный	Произвольный	Фиксированный	Фиксированный
б. Сроки и условия поставки	Широкие (отсутствуют точные сроки и условия поставки)	Широкие, но с обязательным минимальным перечнем	Достаточные	Узкие
7 Условия платежа	Предоплата 100%	По факту	Предоплата 50%	Предоплата 20%

Показатели	Поставщики			
	№ 1	№2	№ 3	№ 4
1	2	3	4	5
3. Местоположение поставщика	г. Москва	г. Самара	Прибалтика	Белоруссия
9. Транспортные условия	Самовывоз	По желанию покупателя	Доставка на склад покупателя	Самовывоз
10. Скидки	Скидки при закупки большой партии превышающей объем реализации	Прогрессивная шкала скидок в зависимости от стоимости контракта	Прогрессивная шкала скидок в зависимости от стоимости контракта	Нет
<i>2. Дополнительные</i>				
1. Общая репутация поставщика	Все прежние договоры выполнялись в срок	Были задержки поставки на несколько дней	Ранее с этим поставщиком не работали	Все прежние договоры выполнялись в срок
2. Финансовая стабильность поставщика	Существует некоторое сомнение относительно финансовой стабильности	Устойчивая	Неизвестно	Неизвестно
3. Гибкость приспособления к нуждам покупателя. готовность изменить:				
- ассортимент	-	+	-	-
- поставки	-	-	-	+
- оформление и упаковку	-	-	+	-

Методика выполнения:

Необходимо оценить по 10-бальной шкале показатели, приведенные в таблице для каждого из предлагаемых поставщиков (№ 1, № 2, № 3, № 4), присвоив каждому из них определенный балл по каждому из показателей.

Для удобства использования полученные баллы по каждому показателю нормируются и переводятся в коэффициенты весомости:

$$a_{ji} = \frac{B_{ji}}{\sum_j B_{ji}} \quad (1)$$

где B - оценка i -го показателя в баллах для j -го поставщика; a_{ji} - коэффициент весомости, то есть значимости i -го показателя для j -го поставщика;

$$\sum_j a_i = 1 \quad (2)$$

n_{ji} - количество поставщиков. В том случае будет выполняться условие
Затем для каждого j -го поставщика коэффициенты весомости по
каждому i -му показателю суммируются.

где m - количество показателей.

$$\sum_i^m a_{ij} \rightarrow \max \quad (3)$$

Поставщик, набравший максимальный рейтинг по сумме коэффициентов весомости по каждому из предлагаемых показателей, считается наиболее конкурентоспособным и может быть выбран в качестве оптимального поставщика для предлагаемого покупателя.

Задача 2.

Фирма А планирует в будущем году осуществить закупку товара в количестве 100 тыс. ед. Для того чтобы в полном объеме и с минимальными для предприятия затратами удовлетворить спрос покупателей, отдел закупки установил оптимальную партию закупки товаров, равную 200 ед. По расчетам, максимальная цена закупки 1 ед. товара может быть не более 210 руб. Фирма А испытывает недостаток оборотных средств, поэтому она не может оплачивать товары до их поставки. Доставка товара от поставщика допустима в бумажных мешках или полиэтиленовых пакетах. Руководство фирмы, осуществив сбор и анализ информации о данном рынке, отобрало нескольких потенциальных поставщиков для своей фирмы из множества возможных.

Используя исходные данные и методику выполнения, осуществите выбор оптимального поставщика.

Методика выполнения:

Выбор нового поставщика должен быть начат с анализа потребности фирмы и возможности удовлетворения ее на рынке.

После изучения рынка разрабатывается спецификация, в которую включается наименование товара, его характеристика, соответствие национальным стандартам, а также требования, которым должен отвечать товар в момент поставки.

Изучение рынка товаров дает возможность составить перечень потенциальных поставщиков. Отдел по закупкам установил, что необходимый товар могут продавать четыре предприятия-изготовителя и три оптово-посреднические фирмы.

Если поставщиков немного, то критериями выбора наиболее подходящего из них служат сравнительные цены и надежность поставщика. Выбирается поставщик, наиболее полно соответствующий этим критериям.

Когда поставщиков значительно больше, выбор осуществляется в два этапа. На первом этапе производится предварительный отбор поставщиков. Для этого из первоначального списка потенциальных поставщиков

исключаются те, которые не удовлетворяют предприятие покупателя. Критериями исключения поставщиков могут быть:

- удаленность поставщика (при значительной удаленности возникают значительные транспортные расходы);
- качество и цена, не соответствующие требованиям предприятия покупателя;
- не удовлетворяющая покупателя форма оплаты за поставленные товары;
- не подходящая для покупателя партия поставки;
- не соответствующая требованиям упаковка.

Перечисленные критерии исключения из списка потенциальных поставщиков не являются исчерпывающими, поскольку такие критерии зависят от конкретных условий.

Из первоначального списка потенциальных поставщиков в итоге отбирается 2-3 поставщика. Окончательный выбор поставщика осуществляется с помощью системы балльной оценки по тем же или дополнительно заданным критериям.

Соответствие поставщика требованиям покупателя оценивается по одной системе баллов: 4 - поставщик полностью удовлетворяет требованиям покупателя; 3 - поставщик в основном соответствует требованиям покупателя; 2 - частичное удовлетворение требований покупателя; 1 - полная неприемлемость поставщика для покупателя.

Задача 3.

Рассчитать влияние перечисленных в задании факторов на сумму прибыли от реализации продукции (исходные данные - таблица 1).

Методика выполнения:

Если сравнивать плановую и условную сумму прибыли, исчисленную исходя из фактического объема и ассортимента продукции, но при плановых ценах и плановой себестоимости продукции, узнаем, на сколько она изменилась за счет объема и структуры реализованной продукции:

$$\Delta\P_{vpp} = \Pi_{усл} - \Pi_{п} (1)$$

где:

$\Delta\P_{vpp}$ - изменение суммы прибыли за счет объема и структуры реализованной продукции;

$\Pi_{п}$ - плановая прибыль от реализации продукции;

$\Pi_{усл}$ - условная сумма прибыли, исчисленная исходя из фактического объема и ассортимента продукции (пересчитанная на фактический объем продаж).

Чтобы найти влияние только объема продаж, необходимо плановую прибыль умножить на процент перевыполнения (недовыполнения) плана по реализации продукции в натурально-условном исчислении или в оценке по

плановой себестоимости ($326000/296300 \cdot 100 - 100 = +10\%$) и результат разделить на 100:

$$\Delta\Pi_{vpp} = \Pi_{пл} \times (+10\%)/100, (2)$$

где $\Delta\Pi_{vpp}$ - изменение суммы прибыли только за счет объема продаж.

Затем можно определить влияние только структурного фактора (из первого результата нужно вычесть второй):

$$\Delta\Pi_{уд} = \Delta\Pi_{VPP} \cdot уд - \Delta\Pi_{VPP}, (3)$$

где $\Delta\Pi_{уд}$ - изменение суммы прибыли только за счет структуры продаж.

Влияние изменения полной себестоимости на сумму прибыли устанавливают сравнением фактической суммы затрат с плановой, пересчитанной на фактический объем продаж:

$$\Delta\Pi_{с} = З_{ф} - З_{ус}, (5.4)$$

где $\Delta\Pi_{с}$ - изменение суммы прибыли только за счет изменения полной себестоимости;

$З_{ус}$ - условная сумма затрат исчисленная исходя из фактического объема продаж;

$З_{ф}$ - фактическая сумма затрат.

Изменение суммы прибыли за счет отпускных цен на продукцию находят сопоставлением фактической выручки с условной, которую бы предприятие получило за фактический объем реализации продукции при плановых ценах:

$$\Delta\Pi_{ц} = В_{ф} - В_{ус}, (5)$$

где $\Delta\Pi_{ц}$ - изменение суммы прибыли за счет отпускных цен на продукцию; $В_{ф}$ - фактическая выручка;

$В_{ус}$ - условная выручка, исчисленная исходя из фактического объема реализации продукции.

Исходные данные:

Подставляя соответствующие показатели (табл. 1) в уравнения (1-5) мы сможем проанализировать прибыль от реализации продукции.

Таблица 1 - Исходные данные для факторного анализа прибыли от реализации продукции, тыс. руб.

Показатель	2017	2018	2019
Выручка от реализации	400000	448000	500000

продукции (после уплаты налога на добавленную стоимость, акцизного налога и других отчислений из выручки),(В)			
Полная себестоимость реализованной продукции,(З)	296300	326000	357150
Прибыль от реализации продукции (П)	103700	122000	142850

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству контрольная работа

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/заданий)
4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/заданий)
3	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/заданий)
2	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

Кейс-задачи:

Кейс-задача 1.

В таблице 1 представлены данные по товарообороту в ЛНР.

Таблица 1. Товарооборот предприятий ЛНР

Показатели	Ед. изм.	2013 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	Прогноз на 2019 год
Оптовый товарооборот	млн рос. руб.	50 287,0	5724,8	25 911,1	29531,7	30 747,3	33 483,8
в т. ч. продовольственные	млн рос.	-	2840,7	13 372,1	15591,4	16 197,3	17 784,6

товары	руб.						
непродовольственные товары	млн рос. руб.	-	2884,1	12 539,0	13 940,3	14 550,0	15 670,4
Розничный товарооборот	млн рос. руб.	48435,0	4605,7	12753,0	14 919,8	15 143,6	16 491,4
в т. ч. ресторанное хозяйство	млн рос. руб.	913,9	79,7	99,9	113,3	115,6	120,9
продовольственные товары	млн рос. руб.	21338,1	2478,4	7 545,6	8 852,6	8 941,1	9 790,5
непродовольственные товары	млн рос. руб.	26183,0	2127,3	5 207,4	6 067,2	6 086,9	6 579,9

На рисунке 1 представлены данные по средней заработной плате в ЛНР.



В таблице 2 представлен индекс потребительских цен в ЛНР

Таблица 2 - Индекс потребительских цен (декабрь к декабрю предыдущего года, процентов)

Индекс потребительских цен	2017	2018
Индекс потребительских цен всего	99,5	107,7
Индекс потребительских цен продукты питания и безалкогольные напитки	99,7	109,8

Проанализируйте, как развивался рынок в ЛНР в 2017 и 2018 году. Обоснуйте свои выводы.

Какие показатели могут помочь проанализировать потребительский рынок.

Кто является основными субъектами потребительского рынка ЛНР.

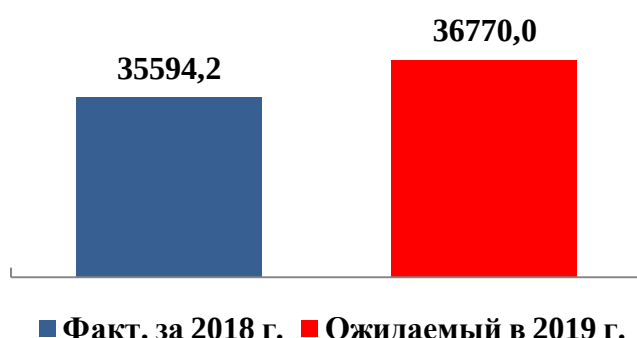
Каких данных не хватает для полного анализа потребительского рынка?

Кейсзадаа 2 «Формирование внутреннего потребительского рынка ЛНР»

Развитие внутреннего потребительского рынка республики направлено на удовлетворение спроса населения на продукцию продовольственного и непродовольственного назначения.

По итогам 2019 года ожидаемый оптовый товарооборот составил 36770,0 млн рос. руб., что в фактических ценах на 3,3 % (1175,8 млн рос. руб.) больше, чем в 2018 году.

**Динамика оптового товарооборота
(млн рос. руб.)**

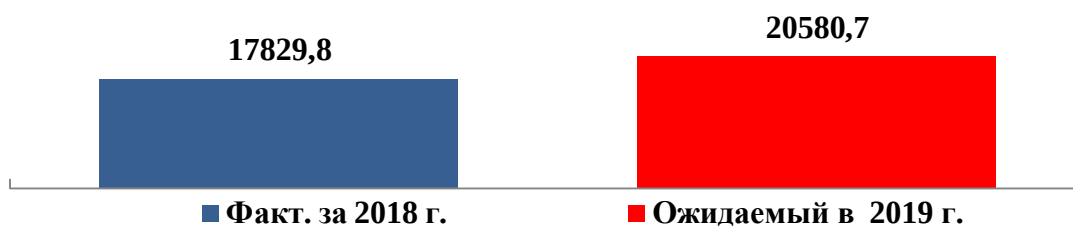


В структуре оптовой торговли продовольственной группы товаров наиболее продаваемыми являются: напитки алкогольные и пиво, табачные изделия, мясные и молочные продукты, шоколад и изделия кондитерские сахарные. В непродовольственной группе товаров — бензин моторный, дизельное топливо, каменный

уголь, фармацевтические препараты.

В 2019 году ожидаемый розничный товарооборот предприятий, включая ресторанное хозяйство, составит 20580,7 млн рос. руб., что на

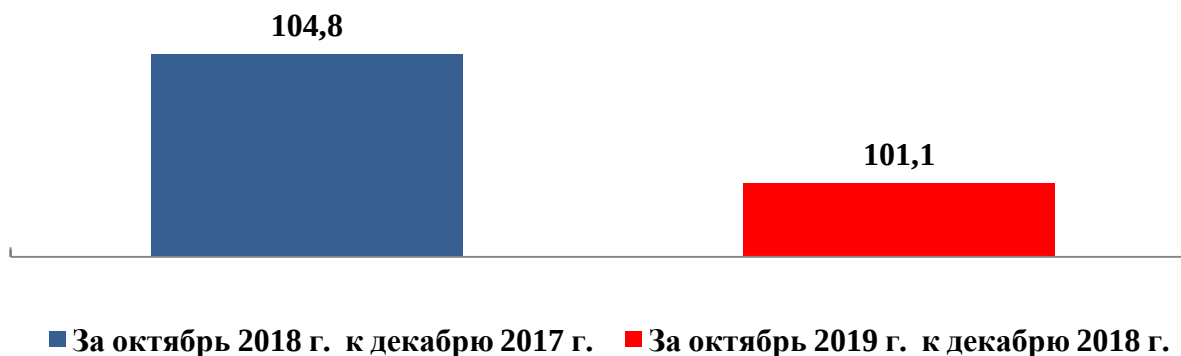
Динамика розничного товарооборота (млн рос. руб.)



15,4 % (2750,9 млн рос. руб.) больше, чем в 2018 году.

Ожидаемый объем товарооборота ресторанного хозяйства в 2019 году планируется достичь на уровне 162,8 млн рос. руб., что на 7,6 % (11,5 млн рос. руб.) больше показателя 2018 года. Ценообразование в

**Динамика индекса потребительских цен на потребительском рынке
(%)**



республике направлено на удовлетворение потребительского спроса, недопущение роста инфляции, обеспечение конкурентоспособности и повышение эффективности деятельности отечественных товаропроизводителей.

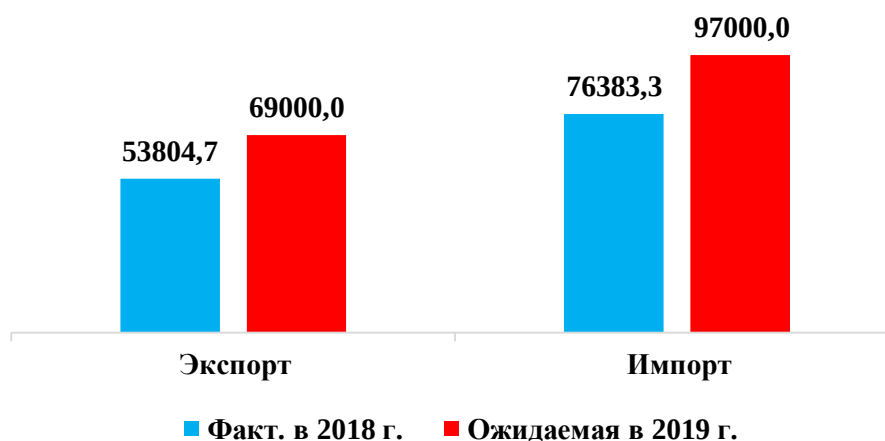
В 2019 году индекс потребительских цен на потребительском рынке республики в октябре 2019 года к декабрю 2018 года составил 100,1 %, что на 3,7 п.п. меньше, чем в 2018 году.

Снижение индекса потребительских цен характеризует положительную динамику, связанную со снижением цен на товары и услуги, снижением темпов роста потребительской инфляции и является положительным фактором в условиях экономического роста.

В 2019 году внешнеэкономическую деятельность осуществляли 2 803 субъекта хозяйствования.

По итогам 2019 года ожидаемый внешнеторговый оборот республики увеличится по сравнению с 2018 годом на 27,5 %, или на 35 812,0 млн рос. руб., и составит 166 000,0 млн рос. руб., в т. ч. экспорт – 69 000,0 млн рос. руб. (41,6 %), импорт – 97 000,0 млн рос. руб. (58,4 %).

Структура внешнеторгового оборота (%)



В географической структуре внешнеторгового оборота за 2019 год наибольший удельный вес занимает товарооборот с Российской Федерацией – 89,8 %.

В географической структуре внешнеторгового оборота за 2019 год наибольший удельный вес занимает товарооборот с Российской Федерацией – 89,8 %.

В 2019 году товарная структура экспорта существенно изменится в сравнении с 2018 годом, а именно:

- доля металлургической продукции увеличится на 9,7 п. п.;
- доля минеральных продуктов снизится на 7,7 п. п.;
- доля машин, оборудования и транспорта снизится на 0,1 п. п. (при этом, несмотря на уменьшение доли, ожидается увеличение показателей в стоимостном выражении);

- доля сельскохозяйственной и пищевой продукции снизится на 1,6 п. п.;
 - доля легкой промышленности увеличится на 0,1 п. п.;
 - доля продукции химической промышленности снизится на 0,2 п. п.
- (при этом, несмотря на уменьшение доли, ожидается увеличение показателей в стоимостном выражении).

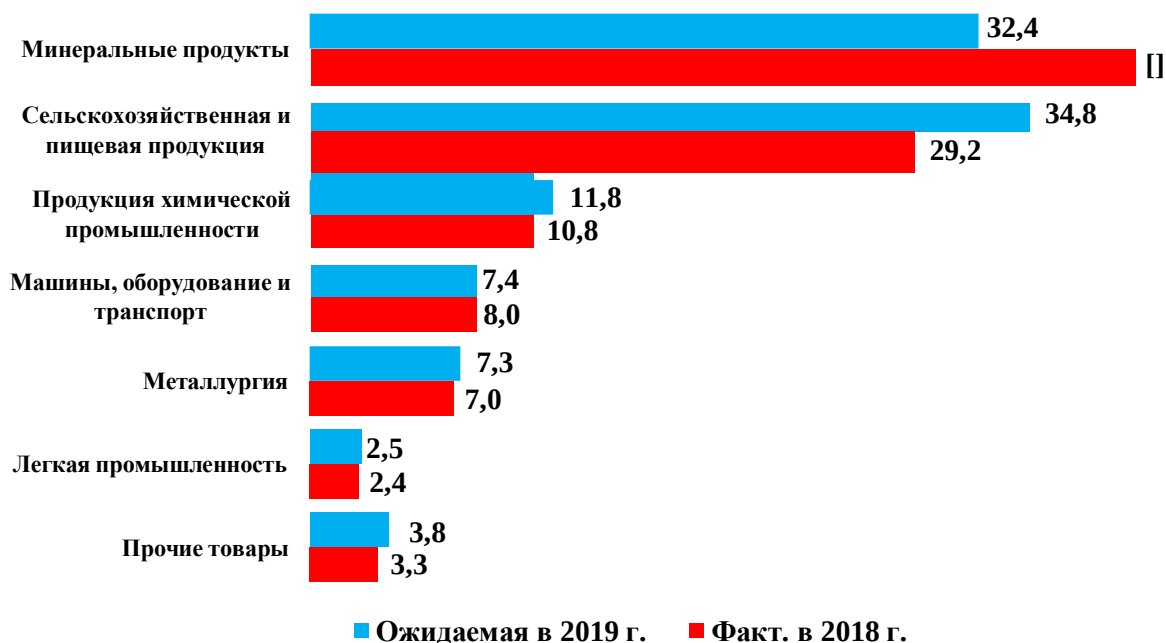


Рост экспорта объясняется увеличением объемов производства в республике и расширением рынков сбыта готовой продукции.

В товарной структуре импорта республики по итогам 2019 года в сравнении с 2018 годом ожидаются незначительные изменения, а именно:

- доля минеральной продукции увеличится на 6,9 п. п.;
- доля машин, оборудования, транспорта увеличится на 0,6 п. п.;
- доля металлургической продукции снизится на 0,3 п. п. (при этом, несмотря на уменьшение доли, ожидается увеличение показателей в стоимостном выражении);
- доля сельскохозяйственных продуктов и продуктов питания снизится на 5,6 п. п. (при этом, несмотря на уменьшение доли, ожидается увеличение показателей в стоимостном выражении);
- доля продукции химической промышленности снизится на 1,0 п. п. (при этом несмотря на уменьшение доли ожидается увеличение показателей в стоимостном выражении);
- доля легкой промышленности снизится на 0,1 п. п. (при этом, несмотря на уменьшение доли, ожидается увеличение показателей в стоимостном выражении).

Товарная структура импорта (%)



Рост импорта объясняется увеличением объема ввоза сырьевой группы товаров, необходимой для производства готовой продукции предприятиями республики.

Какой подход выбрали органы власти ЛНР к построению государственной региональной политики?

Как Вы думаете, какие риски несёт выбранный подход?

Как Вы думаете, какие преимущества несёт выбранный подход?

Какие рациональные формы и методы государственного регулирования развития потребительского рынка используют государственные органы ЛНР?

Какой бы подход выбрали бы Вы? Обоснуйте свой ответ.

Какие бы Вы использовали рациональные формы и методы государственного регулирования развития потребительского рынка?

Как могут воспользоваться сложившейся ситуацией на потребительском рынке отечественные компании? Что нужно предпринять государственным органам ЛНР для поддержки отечественных компаний?

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству контрольная работа

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Задание представлено на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Оформлено в соответствии с требованиями предъявляемыми к данному виду работ.
4	Задание представлено на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении допущены некоторые неточности в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
3	Задание представлено на низком уровне (студент допустил

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
	существенные неточности, изложил материал с ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
2	Задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Оценочные средства для промежуточной аттестации. Вопросы к зачёту.

1. Потребительский рынок: сущность и экономическое содержание.
2. Понятие потребительского рынка и его роль в экономике.
3. Факторы развития потребительского рынка.
4. Понятие и структура товарного рынка в регионе.
5. Определение регионального рынка.
6. Формирование и развитие рынков в регионе.
7. Система региональных рынков товаров и услуг.
8. Рынки в структуре региональной экономической системы.
9. Рынок в системе региональной экономики.
10. Локальные рынки: их роль, место и значение в развитии воспроизводственных процессов в регионах.
11. Концепции исследования развития и функционирования региональных рынков.
12. Потребительский рынок товаров и услуг в регионе.
13. Понятие рынка потребительских товаров и услуг в регионе.
14. Рынок потребительских товаров и услуг в системе региональных рынков.
15. Особенности и принципы государственного регулирования процесса развития регионального рынка потребительских товаров и услуг.
16. Процесс формирования региональной политики по развитию рынка потребительских товаров и услуг.
17. Конъюнктура рынка.
18. Понятие конъюнктуры.
19. Соотношение между спросом и предложением как основной показатель рыночной конъюнктуры.
20. Аспекты анализа конъюнктуры рынка.
21. Региональный рынок продовольственных товаров.
22. Понятие регионального рынка продовольственных товаров.
23. Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на региональном рынке продовольственных товаров.
24. Информационное обеспечение регионального рынка продовольственных товаров.
25. Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на рынке продовольственных товаров.

26. Понятие и виды конкуренции.
27. Сущность конкурентоспособности товаров и предприятий.
28. Информационное обеспечение рынка продовольственных товаров.
29. Информация как фактор управления рынком продовольственных товаров.
30. Методология исследования рынка продовольственных товаров.
31. Сущность анализа рынка продовольственных товаров.
32. Механизм ценообразования на рынке продовольственных товаров.
33. Ценообразование и ценовая политика фирмы.
34. Анализ механизма ценообразования.
35. Позиционирование продовольственных товаров на рынке.
36. Сущность позиционирования.
37. Стратегии позиционирования продовольственных товаров.
38. Система сбыта продовольственных товаров.
39. Понятие сбыта.
40. Функции сбыта.
41. Понятие и сущность посредничества на рынке продовольственных товаров.
42. Система посредников на рынке продовольственных товаров.
43. Система предприятий торговли на рынке продовольственных товаров.
44. Значение системы сбыта для эффективного функционирования рынка.
45. Емкость рынка продовольственных товаров.
46. Сущность емкости рынка. Методы определения емкости рынка продовольственных товаров.
47. Сегментация рынка продовольственных товаров.
48. Сущность сегментации и критерии выбора целевого сегмента рынка.
49. Методы сегментации рынка продовольственных товаров.
50. Виды поведения покупателей на рынке продовольственных товаров.
51. Рынок основных видов продовольствия.
52. Перспективы развития продовольственного рынка.
53. Рынок зерна и зернопродуктов.
54. Рынок молока и молочной продукции.
55. Рынок мяса и мясной продукции.
56. Рынок картофеля и плодоовощной продукции.
57. Рынок сахара и кондитерских изделий.
58. Рынок растительного масла.
59. Рынок рыбы и морепродуктов.
60. Рынок алкогольной и слабоалкогольной продукции.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству промежуточный контроль (зачёт)

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
зачтено	Студент глубоко и в полном объёме владеет программным

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
отлично (5)	материалом. Ответил на 100% или 90% вопросов правильно. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при ответах на вопросы.
зачтено хорошо (4)	Студент ответил на 89% или 65% вопросов правильно, знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительное количество ошибок (две или три). При этом владеет необходимыми умениями и навыками при ответах на вопросы.
зачтено удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при ответах на вопросы. Допускает до 40% ошибок в излагаемых ответах.
зачтено неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает более 40% ошибок в ответах, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при ответах на вопросы. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы

Лист изменений и дополнений

№/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине *«Формирование и развитие регионального потребительского рынка»* соответствует требованиям ГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06. Торговое дело.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объёме.

Виды оценочных средств, включённые в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки магистров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического факультета



Е.Н. Шаповалова