Аннотация рабочей программы дисциплины

*Б1.В.ДВ.09.02«Рынки потребительских товаров»*

Направление подготовки

*38.03.06 «Торговое дело» профиль Маркетинг в торговой деятельности*

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению *38.03.06 «Торговое дело»*

1. **Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части ОПОП бакалавриата.

**2.Цель и задачи дисциплины, требования к результатам освоения дисциплины;**

Целью дисциплины является формирование у студентов теоретических знаний и приобретение ими практических навыков и умений в исследовании закономерностей формирования и развития рынка потребительских товаров в современных условиях.

Задачами дисциплины являются:

изучение:

- закономерностей развития рынка потребительских товаров;

- организации сбора, обработки и хранения маркетинговой информации;

- процессов закупки, поставки, перевозки потребительских товаров.

овладение:

- методами изучения современного состояния рынка потребительских товаров по спросу и предложению;

- способами сбора и обработки информации, характеризующей стояние развития рыночной ситуации;

- способностью планировать и прогнозировать потребительский спрос;

- навыками анализа и выявления потенциала увеличения объёма продаж и реализации этого потенциала.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**знать:** современное состояние конъюнктуры рынка потребительских товаров, основные тенденции его развития; сегментацию рынка конкретной группы товаров; значимость конкретной группы товаров в обеспечении качества жизни; нормы потребления и обеспеченность населения группой товаров в России и за рубежом;

**уметь:** анализировать современное состояние мирового и отечественного рынка потребительских товаров; принимать грамотные коммерческие решения в процессе формирования ассортимента товаров; выявлять из множества поставщиков товаров наиболее приоритетного по таким критериям как: качество товара, его цена, конкурентоспособность;

**владеть:** информацией о состоянии мирового и отечественного рынка потребительских товаров, основные тенденции его развития; навыками работы с соответствующими статистическими данными, документами; навыками подбора, изучения и обобщения материалов различных источников информации; изучения потребительского спроса; способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

**3.Формируемые компетенции:** ОК-6; ОК-9; ОПК-3; ПК-3; ПК-5; ПК-6.

ОК – 6 - способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;

ОК - 9 -владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ОПК - 3 - умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

ПК – 3 - готовностью 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;

ПК – 5 - способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами;

ПК – 6 - способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

**4. Содержание дисциплины (содержание разделов дисциплины, разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами, разделы дисциплины и виды занятий);**

Тема 1 Введение. Общая характеристика рынка потребительских товаров

Тема 2 Конъюнктура и емкость рынка потребительских товаров

Тема 3 Сегментация рынка потребительских товаров

Тема 4 Тенденции и перспективы развития рынка непродовольственных товаров

Тема 5 Тенденции и перспективы развития рынка продовольственных товаров

Знания, полученные при изучении дисциплины «Рынки потребительских товаров» необходимы для подготовки к государственной итоговой аттестации.

**5. Объем дисциплины:** 216 ч/6з.е. (в том числе: ауд.- 56, элект. – 2; сам. раб. – 122).

**6. Форма промежуточного контроля** – экзамен.

**7. Семестр** - 8.

Разработчики:

ст. преподаватель кафедры товароведения

и экспертизы товаров ПИ (ф) РЭУ имени

Г.В. Плеханова Т.И. Измайлова

ст. преподаватель кафедры товароведения

и экспертизы товаров ПИ (ф) РЭУ имени

Г.В. Плеханова А.В. Колосова