

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

Институт экономики и туризма

(Наименование института)

УТВЕРЖДАЮ:



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Анализ рынков товаров и услуг

(НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

направление подготовки / специальность

01.03.05 Статистика

(код и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль) подготовки

«Бизнес-аналитика»

(направленность (профиль) подготовки)

г. Владимир

2023

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Анализ рынка товаров и услуг» являются: формирование у студентов профессиональных компетенций, связанных с решением профессиональных задач в сфере финансовой деятельности на основе применения аналитических методов при изучении событий на финансовом рынке; овладение навыками моделирования и прогнозирования последствий принимаемых решений.

Задачи: предоставить студентам возможность сформировать более глубокие знания о финансовых инструментах, обращающихся в секторах финансового рынка научить студентов понимать экономические интересы и цели субъектов финансового рынка при оценке ими экономической целесообразности и проведении операций с финансовыми инструментами научить студентов понимать экономические причины, выявлять тенденции и прогнозировать последствия разворачивающихся на финансовых рынках событий сформировать у студентов практические навыки поиска успешных финансовых решений на индивидуальном и на корпоративном уровнях на основе анализа финансового рынка.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Анализ рынков товаров и услуг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата 01.03.05 Статистика.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-5. Способен проводить анализ, обоснование и выбор решения	<p>ПК-5.1. Знает методы и принципы сбора, систематизации и хранения информации для бизнес-анализа</p> <p>ПК-5.2. Умеет оценивать возможность реализации решения с точки зрения выбранных целевых показателей, в том числе с использованием информационных технологий</p> <p>ПК-5.3. Владеет навыками выбора варианта решения исходя из оценки соотношения между уровнем использования ресурсов и</p>	<p>Знает теоретические основы и закономерности функционирования рынков товаров и услуг.</p> <p>Умеет анализировать, систематизировать и обобщать, явления и процессы, происходящие на рынках товаров и услуг с целью применения в различных сферах деятельности.</p> <p>Владеть методикой анализа потребительского поведения покупателей; методами изучения и прогнозирования спроса потребителей,</p>	Тестовые вопросы, эссе

	ожидаемой ценностью	технологиями анализа и оценки внешней среды функционирования организаций, анализа конъюнктуры товарных рынков.	
--	---------------------	--	--

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Тематический план

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической		
1	Потребитель и его потребности. Понятие и виды потребностей. Матрица потребностей	8	1-2	2	4		4	4	
2	Классификация потребителей. Покупательское поведение потребителей.	8	3-4	2	4		4	6	
3	Принятие решения при покупке. Поведение потребителей на рынке услуг.	8	5-6	2	4		4	4	Рейтинг-контроль №1
4	Характеристика товарного рынка. Элементы рынка и их взаимосвязи.	8	7-8	2	4		4	6	
5	Концепция продукта. Классификация продуктов.	8	9-10	2	4		4	4	
6	Рынок потребительских товаров	8	11-12	2	4		4	6	Рейтинг-контроль №2
7	Рынок товаров промышленного назначения.	8	13-14	2	4		4	5	
8	Особенности рынка услуг. Существующие классификации услуг	8	15-18	4	8		8	10	Рейтинг-контроль №3
Всего за 8 семестр:				18	36		36	45	Экзамен (45)
Наличие в дисциплине КП/КР									нет
Итого по дисциплине				18	36		36	45	Экзамен (45)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Потребитель и его потребности. Понятие и виды потребностей.

Матрица потребностей. Классификация потребителей. Покупательское поведение потребителей. Принятие решения при покупке. Поведение потребителей на рынке услуг. Характеристика товарного рынка. Элементы рынка и их взаимосвязи. Концепция продукта. Классификация продуктов. Рынок товаров промышленного назначения. Рынок потребительских товаров. Товарная политика предприятий.

Тема 2. Классификация потребителей. Покупательское поведение потребителей.

Особенности рынка услуг. Существующие классификации услуг. Содержание отдельных видов услуг. Ассортиментная и инновационная политика в сфере услуг. Коммуникативная политика в сфере услуг. Территориальные аспекты развития рынка услуг.

Значение исследования рынка товаров и услуг. Отечественный и зарубежный опыт проведения исследований рынка товаров и услуг. Планирование и организация сбора необходимой информации. Техника исследования рынка.

Тема 3. Принятие решения при покупке. Поведение потребителей на рынке услуг.

Полезность от приобретения товаров и услуг. Предельная и общая полезность. Кривая безразличия. Бюджетные линии.

Тема 4. Характеристика товарного рынка. Элементы рынка и их взаимосвязи.

Определение рынка потребительских товаров. Функции рынка. Структура рынка.

Особенности рынка потребительских товаров. Положительные и отрицательные стороны рынка.

Инфраструктура рынка потребительских товаров.

Факторы внешней и внутренней среды рынка.

Объекты рынка потребительских товаров.

Тема 5. Концепция продукта. Классификация продуктов.

Понятие конкуренции и основные признаки конкурентной ситуации.

Формы конкуренции: добросовестная и недобросовестная. Формы недобросовестной конкуренции.

Конкурентные преимущества и конкурентоспособность.

Состояние и тенденции развития рынка товаров в условиях глобализации. Факторы развития рынка товаров, признаки и элементы.

Конъюнктура рынка товаров: понятие, методы исследования,

Тема 6. Рынок потребительских товаров

Принятие решения при покупке.

Исследование поведения потребителей на рынке.

Анализ рынка потребительских товаров.

Тема 7. Рынок товаров промышленного назначения

Структура рынка. Инфраструктура рынка товаров промышленного назначения.
Анализ рынка.

Тема 8. Особенности рынка услуг. Существующие классификации услуг

Исследование поведения потребителей на рынке услуг.

Рынок предприятий и поведение покупателей от имени предприятия.

Понятие сегментирования рынка. Цели сегментирования. Критерии и признаки сегментирования рынка.

Содержание практических занятий по дисциплине**Тема 1. Потребитель и его потребности. Понятие и виды потребностей.**

Матрица потребностей. Классификация потребителей. Покупательское поведение потребителей. Принятие решения при покупке. Поведение потребителей на рынке услуг.

Тема 2. Классификация потребителей. Покупательское поведение потребителей.

Особенности рынка услуг. Существующие классификации услуг. Содержание отдельных видов услуг. Ассортиментная и инновационная политика в сфере услуг. Коммуникативная политика в сфере услуг. Территориальные аспекты развития рынка услуг.

Значение исследования рынка товаров и услуг. Отечественный и зарубежный опыт проведения исследований рынка товаров и услуг. Планирование и организация сбора необходимой информации. Техника исследования рынка.

Тема 3. Принятие решения при покупке. Поведение потребителей на рынке услуг.

Полезность от приобретения товаров и услуг. Предельная и общая полезность. Кривая безразличия. Бюджетные линии.

Тема 4. Характеристика товарного рынка. Элементы рынка и их взаимосвязи.

Определение рынка потребительских товаров. Функции рынка. Структура рынка.

Особенности рынка потребительских товаров. Положительные и отрицательные стороны рынка.

Инфраструктура рынка потребительских товаров.

Факторы внешней и внутренней среды рынка.

Объекты рынка потребительских товаров.

Тема 5. Концепция продукта. Классификация продуктов.

Понятие конкуренции и основные признаки конкурентной ситуации.

Формы конкуренции: добросовестная и недобросовестная. Формы недобросовестной конкуренции.

Конкурентные преимущества и конкурентоспособность.

Состояние и тенденции развития рынка товаров в условиях глобализации. Факторы развития рынка товаров, признаки и элементы.

Конъюнктура рынка товаров: понятие, методы исследования,

Тема 6. Рынок потребительских товаров

Принятие решения при покупке.

Исследование поведения потребителей на рынке.

Анализ рынка потребительских товаров.

Тема 7. Рынок товаров промышленного назначения

Структура рынка. Инфраструктура рынка товаров промышленного назначения. Анализ рынка.

Тема 8. Особенности рынка услуг. Существующие классификации услуг

Исследование поведения потребителей на рынке услуг.

Рынок предприятий и поведение покупателей от имени предприятия.

Понятие сегментирования рынка. Цели сегментирования. Критерии и признаки сегментирования рынка.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости (*рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3*).

Рейтинг-контроль №1

Ответить на вопросы:

- 1.Классификация потребителей.
- 2.Покупательское поведение потребителей.
- 3.Особенности рынка услуг.

4. Техника исследования рынка.

Рейтинг-контроль №2

1. Принятие решения при покупке.
2. Исследование поведения потребителей на рынке.
3. Анализ рынка потребительских товаров.
4. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность.
5. Состояние и тенденции развития рынка товаров в условиях глобализации

Рейтинг-контроль №3

1. Понятие сегментирования рынка.
2. Цели сегментирования.
3. Критерии и признаки сегментирования рынка.
4. Структура рынка.
5. Особенности рынка товаров промышленного назначения.

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины производится в виде экзамена, который включает в себя ответы на теоретические вопросы.

Вопросы к экзамену

1. Определение рынка потребительских товаров. Функции рынка. Структура рынка.
2. Особенности рынка потребительских товаров. Положительные и отрицательные стороны рынка.
3. Инфраструктура рынка потребительских товаров.
4. Факторы внешней и внутренней среды рынка.
5. Объекты рынка потребительских товаров.
6. Субъекты рынка потребительских товаров.
7. Концепция функционирования и развития рынков потребительских товаров.
8. Значение дисциплины «Рынки потребительских товаров» в подготовке бакалавра.
9. История возникновения и развитие рынков.
10. Классификация рынков. Особенности рынка потребительских товаров.
11. Законодательные и нормативные акты, регулирующие отношения продавца и покупателя.
12. Понятие конкуренции и основные признаки конкурентной ситуации.
13. Формы конкуренции: добросовестная и недобросовестная. Формы недобросовестной конкуренции.
14. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность.

15. Состояние и тенденции развития рынка товаров в условиях глобализации. Факторы развития рынка товаров, признаки и элементы.
16. Конъюнктура рынка товаров: понятие, методы исследования, источники информации.
17. Анализ рынка потребительских товаров. Определения спроса и предложения на товарных рынках, их емкости.
18. Прогнозирование спроса потребителей. Анализ зоны обслуживания потребителей.
19. Рынок потребительских товаров и покупательское поведение потребителей.
20. Потребитель и его потребности. Понятие и виды потребностей. Матрица потребностей.
21. Классификация потребителей. Покупательское поведение потребителей.
22. Товар или услуга как один из способов удовлетворения потребностей. Принятие решения при покупке.
23. Исследование поведения потребителей на рынке услуг.
24. Рынок предприятий и поведение покупателей от имени предприятия.
25. Понятие сегментирования рынка. Цели сегментирования.
26. Критерии и признаки сегментирования рынка.
27. Сегментирование рынка по группам потребителей.
28. Сегментирование рынка по товарам конкурентам.
29. Сегментирование рынка по предприятиям-конкурентам.
30. Сферы обслуживания рынка потребительских товаров.
31. Культура торгового обслуживания на рынках потребительских товаров.
32. Принципы и основные задачи современного сервиса.
33. Понятие национального и мирового товарных рынков. Экспресс-
34. анализ мировых и национальных товарных рынков.
35. Ярмарки, выставки в комплексе инфраструктуры мировых товарных рынков.
36. Аукционы, товарные биржи в комплексе инфраструктуры мировых товарных рынков.
37. Конъюнктура рынка товаров: понятие, методы исследования, источники информации.
38. Анализ рынка потребительских товаров. Определения спроса и предложения на товарных рынках, их емкости.
39. Прогнозирование спроса потребителей. Анализ зоны обслуживания потребителей.
40. Рынок потребительских товаров и покупательское поведение потребителей.
41. Потребитель и его потребности. Понятие и виды потребностей. Матрица потребностей.
42. Классификация потребителей. Покупательское поведение потребителей.
43. Товар или услуга как один из способов удовлетворения потребностей. Принятие решения при покупке.
44. Исследование поведения потребителей на рынке услуг.
45. Рынок предприятий и поведение покупателей от имени предприятия.

46. Понятие сегментирования рынка. Цели сегментирования.
47. Критерии и признаки сегментирования рынка.
48. Сегментирование рынка по группам потребителей.
49. Сегментирование рынка по товарам конкурентам.
50. Сегментирование рынка по предприятиям-конкурентам.
51. Сферы обслуживания рынка потребительских товаров.
52. Культура торгового обслуживания на рынках потребительских товаров.
53. Принципы и основные задачи современного сервиса.
54. Понятие национального и мирового товарных рынков. Экспресс-анализ мировых и национальных товарных рынков.
55. Ярмарки, выставки в комплексе инфраструктуры мировых товарных рынков.
56. Аукционы, товарные биржи в комплексе инфраструктуры мировых товарных рынков.
57. Значение дисциплины «Рынки потребительских товаров» в подготовке бакалавра.
58. История возникновения и развитие рынков.
59. Классификация рынков. Особенности рынка потребительских товаров.
60. Законодательные и нормативные акты, регулирующие отношения продавца и покупателя.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося производится в виде эссе.

Студенты выполняют задания самостоятельно, обращаясь к учебной литературе. Проверка выполнения заданий осуществляется путем проверки домашних заданий и устного опроса на практических занятиях. Для методического обеспечения самостоятельной работы студентов используются учебные пособия.

Для выполнения данной работы студенту необходимо выполнить следующие требования:

Сделать собственные выводы и обобщения.

Требования к оформлению:

Объем работы 4-5 страниц текста формата А4 (не считая титульного листа и списка литературы). Шрифт - Times New Roman, размер шрифта - 14, интервал - 1,5.

На выполнение эссе обычно отводится одна - две недели.

Примерная тематика эссе:

1. Основные методы сбора и обработки информации, необходимой для анализа рынка товаров и услуг.
2. Система показателей для анализа рынка товаров и услуг.
3. Система показателей конъюнктуры рынка. Интерпретация их значений для построения основных тенденций явлений рынка.

4. Расчет и анализ потенциала рынка. Интерпретация его результатов для построения основных тенденций.
5. Анализ пропорциональности развития рынка.
6. Анализ тенденций развития и цикличности рынка.
7. Система показателей для анализа цен.
8. Методы расчета индексов цен.
9. Система показателей для анализа товародвижения и товарооборота.
10. Анализ соблюдения условий договора по качеству товаров. Показатели оценки качества.
11. Анализ выполнения контракта поставки товаров по объему и ассортименту.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

№ п/п	Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
			Наличие в электронном каталоге ЭБС
Основная литература			
1	Укина, А. В. Маркетинг товаров и услуг : учебное пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 239 с. — ISBN 978-5-00091-686-5.	2021	https://znanium.com/catalog/document?id=3757
2	Аймалетдинов, Т. А. Рынок туристических услуг: потребительское поведение и планы россиян // Социология. Статистика. Публикации. Отраслевые обзоры. Вып. 2 (15) / Т. А. Аймалетдинов, В.И. Гриценко, О.А. Долгова ; Аналитический центр НАФИ. — Москва : НАФИ, 2022.	2022	https://znanium.com/catalog/document?id=3757
3	Шевченко, Д. А. Продвижение товаров и услуг / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 372 с. - ISBN 978-5-394-04945-3..	2022	https://znanium.com/catalog/document?id=4216
Дополнительная литература			
1	Мантусов, В. Б. Анализ и конъюнктура мировых рынков товаров и услуг : учебное пособие / В. Б. Мантусов, М. Ф. Ткаченко. - Москва : РИО Российской таможенной академии, 2018. - 120 с. - ISBN 978-5-9590-1057-7	2018	https://znanium.com/catalog/document?id=388494#bib
2	Сударьянто, Я. П. Международный рынок консалтинговых услуг в России : учебное пособие / Я. П. Сударьянто. - Москва : Дашков и К, 2018. - 240 с. - ISBN 978-5-394-02193-0.	2018	https://znanium.com/catalog/document?id=2721

6.2. Периодические издания

1. Журнал «Вопросы экономики».
2. Журнал «Вопросы современной экономики».

6.3. Интернет-ресурсы

1. <http://www.cir.ru/> - База электронных ресурсов в области экономики
2. <http://www.catalog.alledu.ru/predmet/econom/> - Портал образовательных ресурсов.
3. <http://economicus.ru/> - Экономический портал

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная аудитория с выходом в Internet для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего и промежуточного контроля, групповых и индивидуальных консультаций.

Демонстрационное оборудование: проектор InFocus IN112, экран, ноутбук Asus X58Le, звуковые колонки Genius SW-HF5.1, магнитно-маркерная доска.

Количество посадочных мест: 60.

Расположена по адресу: 600005, Российская Федерация, Владимирская область, г.о. город Владимир, г. Владимир, ул. Горького, д. 79, 3 этаж учебного корпуса № 6, 70,9 м², № 10.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет MS-Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader; СПС «Консультант Плюс» (инсталированный ресурс ВлГУ).

Примечание

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочую программу составил: ст. пр. Носова К.Н.

Рецензент (представитель работодателя):

Председатель Счетной палаты Владимирской области к.э.н. Тулякова И.В

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры БИиЭ

протокол № 1 от «30» августа 2023 года.

Заведующий кафедрой: д.э.н., профессор Тесленко И.Б.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии

направления направление подготовки 01.03.05 Статистика

протокол № 1 от «05» сентября 2023 года.

Председатель комиссии: к.э.н., доцент Ярьс О.Б.