

Документ подписан простой электронной подписью
Информационный центр
ФИО: Выбогина Любовь Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.02.2022 15:17:47
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА»
(ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Экономика, организация и коммерческая деятельность»

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине «Функционирование российских и зарубежных рынков товаров и услуг»

для студентов направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленности (профиля)

«Маркетинг»

Тольятти, 2018 г.

Рабочая учебная программа по дисциплине «Функционирование российских и зарубежных рынков товаров и услуг» включена в основную профессиональную образовательную программу направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленности (профиля) «Маркетинг» решением Президиума Ученого совета Протокол № 4 от 28.06.2018 г.

Начальник учебно-методического отдела _____  Н.М.Шемендюк
28.06.2018 г.

Рабочая учебная программа по дисциплине «Функционирование российских и зарубежных рынков товаров и услуг» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», утвержденным приказом Минобрнауки РФ от 12.11.2015 г. № 1334.

Составил к.э.н., старший преподаватель Аппанова Ю.Э.

Согласовано

Директор научной библиотеки В.Н.Еремина 
« 20 » 04 2018 г.

Согласовано

Начальник управления информатизации В.В.Обухов 
« 20 » 04 2018 г.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры «Экономика, организация и коммерческая деятельность»

Протокол № 10 от « 20 » 04 2018 г.

Зав. кафедрой д.э.н., проф. Е.В. Башмачникова 
« 20 » 04 2018 г.

Согласовано начальник учебно-методического отдела  Н.М.Шемендюк

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКОВ ТОВАРОВ И УСЛУГ», СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1 Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины является формирование у обучающихся знаний закономерностей развития современных товарных рынков, их функционирования и общих принципов поведения экономических агентов на этих рынках.

Задачи изучения дисциплины:

- раскрыть сущность рынка, предпосылки его возникновения и развития;
- дать характеристику системе рынков;
- определить основные параметры рынков - спроса, предложения и цены, закономерности их взаимосвязи и взаимодействия;
- представить основные этапы становления и развития социально-экономических формаций;
- рассмотреть механизмы функционирования различных товарных рынков;
- сформулировать важнейшие административно-экономические методы государственного регулирования рыночной экономики.

1.2 Решаемые профессиональные задачи по итогам освоения дисциплины

Дисциплина «Функционирование российских и зарубежных рынков товаров и услуг» ориентирована на формирование у будущих бакалавров профессиональных компетенций, которые позволят обучающимся решать следующие профессиональные задачи:

- в области аналитической и научно-исследовательской деятельности:
 - а) сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью;
 - б) анализ и оценка профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) для разработки стратегии организации (предприятия).

1.3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код компетенции	Наименование компетенции	Специальность и (или) направление подготовки
1	2	3

ОК-2	Способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	38.03.06 «Торговое дело»
------	---	--------------------------

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Результаты освоения дисциплины	Технологии формирования компетенции по указанным результатам	Средства и технологии оценки по указанным результатам
38.03.06 «Торговое дело»		
Знает: ОК-2 основные категории и методы микро-, макро и отраслевой экономики	лекции, практические (семинарские) занятия, самостоятельная работа	Проведение собеседования и тестирования
Умеет: ОК-2 использовать основные категории и методы микро-, макро и отраслевой экономики при решении профессиональных задач	практические (семинарские) занятия, самостоятельная работа, выполнение практических заданий	выполнение студентом практических заданий
Имеет практический опыт: ОК-2 применения методики действия экономических законов и системы микроэкономических и макроэкономических показателей в профессиональной сфере	практические (семинарские) занятия, самостоятельная работа, решение ситуационных задач и выполнение практических заданий	выполнение студентом практических заданий и решение ситуационных задач

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 38.03.06 «ТОРГОВОЕ ДЕЛО»

Дисциплина относится к базовой части. Ее освоение осуществляется во 2 семестре у студентов очной формы обучения и у студентов заочной формы обучения.

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Код компетенции(й)
38.03.06 «Торговое дело»		
Последующие дисциплины		
1	Региональная экономика	ОК-2
2	Экономика организации	ОК-2

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ

Распределение фонда времени по семестрам и видам занятий

Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»

Виды учебных занятий	очная форма обучения	заочная форма обучения
Итого часов	144 ч.	144 ч.
Зачетных единиц	4 з.е.	4 з.е.
Лекции (час)	18	4
Практические (семинарские) занятия (час)	40	10
Лабораторные работы (час)	-	-
Самостоятельная работа (час)	59	121
Курсовой проект (работа) (+,-)	-	-
Контрольная работа (+,-)	-	-
Экзамен, семестр /час.	2 семестр/27	2 семестр/9
Зачет (дифференцированный зачет), семестр	-	-
Контрольная работа, семестр	-	-

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКОВ ТОВАРОВ И УСЛУГ», СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Содержание дисциплины

№ п/ п	Раздел дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в академических часах)				Средства и технологии оценки
		Лекции, час	Практические (семинарские) занятия, час	Лабораторные работы, час	Самостоятельная работа, час	
2 семестр						
1	Тема 1. Понятие рынка и рыночного механизма Основное содержание: 1. Эволюция взглядов на рынок. 2. Сущность и функции рынка. 3. Рыночный механизм и его элементы.	2/0,5	6/2	-	10/18	Устный опрос по теоретическому материалу, подготовка докладов по предлагаемой тематике
2	Тема 2. Истории развития потребительских рынков Основное содержание: 1. Исторические условия возникновения рынка. 2. Торговля в Древнем мире 3. Торговля раннего и классического средневековья. 4. Европейская торговля периода позднего средневековья.	4/0,5	10/2	-	10/20	Устный опрос по теоретическому материалу, подготовка доклада по предлагаемой тематике
3	Тема3. Развитие торговли в России	4/1	8/2	-	10/24	Устный опрос по

	Основное содержание: 1. Состояние русской торговли в XI-XVII вв. 2. Торговля и предпринимательство XVIII-XIX вв. 3. Особенности развития торговли во второй половине XIX- начале XX вв. 4. Торговля в советский период. 5. Коммерция и предпринимательство в условиях рыночной экономики.					теоретическом у материалу, решение практических задач
4	Тема 4. Средства удовлетворения потребностей как объекты рыночных отношений Основное содержание: 1. Виды и назначение средств удовлетворения потребностей. 2. Виды товаров. 3. Виды услуг. 4. Единый классификатор товаров и услуг.	4/1	8/2	-	12/29	Текущий контроль знаний в форме письменного опроса или тестирования, решение практических задач
5	Тема 5. Ценообразование на мировых товарных рынках Основное содержание: 1. Ценообразующие факторы в международной торговле. 2. Специфика ценообразования на различных типах мировых товарных рынков. 3. Основные виды мировых цен.	4/1	8/2	-	17/30	Текущий контроль знаний в форме устного опроса, решение практических задач, промежуточный контроль знаний.
	Промежуточная аттестация по междисциплинарному курсу	18/4	40/10	-	59/121	Дифференцированный зачет

4.2.Содержание практических (семинарских) занятий

№	Наименование темы практических (семинарских) занятий	Объем часов	Форма проведения
2 семестр			
1	Занятие 1. «Понятие рынка и рыночного механизма»	6/2	Устный опрос по теоретическому материалу, подготовка докладов по предлагаемой тематике
2	Занятие 2. «Истории развития потребительских рынков»	10/2	Устный опрос по теоретическому материалу, подготовка доклада по предлагаемой тематике
3	Занятие 3. «Развитие торговли в России»	8/2	Устный опрос по теоретическому материалу, решение практических задач

4	Занятие 4. «Средства удовлетворения потребностей как объекты рыночных отношений»	8/2	Текущий контроль знаний в форме письменного опроса или тестирования, решение практических задач
5	Занятие 5. «Ценообразование на мировых товарных рынках»	8/2	Устный опрос по теоретическому материалу, решение практических задач
	Итого	40/10	

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Технологическая карта самостоятельной работы студента

Код реализуемой компетенции	Вид деятельности студентов (задания на самостоятельную работу)	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов
1	2	3	4	5
ОК-2	Изучение лекционного и дополнительного теоретического материала. Подготовка докладов на выбранную из представленного преподавателем перечня тему (темы 1,2,3,4).	Реферат	Аналитический отчет	5/10
	Изучение лекционного и дополнительного теоретического материала. Подготовка докладов на выбранную из представленного преподавателем перечня тему (темы 5,6,7,8,9,10).	Реферат	Аналитический отчет	5/10
	Изучение лекционного и дополнительного теоретического материала.	Конспект	Презентация	5/10
	Изучение лекционного и дополнительного теоретического материала. Подготовка к тестированию.	Конспект	Тест	5/10
	Изучение лекционного и дополнительного теоретического материала. Подготовка к письменному опросу.	Конспект	Устный опрос, Тест	5/10
	Изучение лекционного и дополнительного теоретического материала, подготовка к промежуточному тестированию.	Глоссарий, кроссворд	Тест	5/10
	Изучение лекционного и дополнительного теоретического материала.	Конспект	Устный опрос, Тест	5/10
	Изучение лекционного и дополнительного теоретического материала. Подготовка к письменному опросу.	Индивидуальное задание	Портфолио	5/10

	Изучение лекционного и дополнительного теоретического материала.	Конспект	Устный опрос, Тест	5/10
	Изучение лекционного и дополнительного теоретического материала.	Глоссарий, кроссворд	Диктант	5/10
	Изучение лекционного и дополнительного теоретического материала.	Конспект	Устный опрос, Тест	5/10
	Изучение лекционного и дополнительного теоретического материала. Подготовка к тестированию.	Статья	Выступление на конференции	4/11
Итого				59/121

Содержание заданий для самостоятельной работы

Темы рефератов (письменных работ, эссе, докладов, статей)

1. Развитие торговли в древнем Египте.
2. Вавилон как древнейшая торговая держава.
3. Особенности экономики Финикии.
4. Роль и значение Древней Греции как мировой торговой державы.
5. Развитие торговли и коммерции в Древнем Риме.
6. Развитие коммерции в Европе в период раннего средневековья.
7. Византийская империя и ее роль в мировой торговле.
8. Итальянские города-республики и их роль в мировой торговле средневековья.
9. Испания и Португалия как мировые торговые агенты.
10. Особенности экономики Голландии в период позднего средневековья.
11. Англия как великая морская и торговая держава периода позднего средневековья.
12. Понятие товарного рынка. Границы товарного рынка.
13. Типология рынков.
14. Эффективность конкуренции. Ценовая стратегия предприятия.
15. Структура отраслевого рынка.
16. Уровень концентрации отраслевого рынка.
17. Научные подходы к анализу отраслевых рынков.
18. Результативность функционирования отраслевых рынков.
19. Анализ вертикальных взаимодействий фирм.
20. Олигополия и рыночная концентрация.
21. Контроль за ценовыми стратегиями участников рынка.
22. Ценовая дискриминация.
23. Дифференциация продукции как параметр структуры отраслевого рынка.
24. Барьеры входа на рынок.

25. Экономия на масштабах производства как параметр структуры отраслевого рынка.
26. Поведение продавцов на отраслевом рынке.
27. Базовые стратегии поведения отраслевых фирм.
28. Конкурентная политика в Российской Федерации.
29. Монопольная власть.
30. Доминирующая фирма.
31. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения.
32. Асимметричность информации.
33. Ценовая дискриминация.
34. Естественные монополии.

ТЕМА 1. ПОНЯТИЕ РЫНКА И РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

1. Что следует понимать под товарными связями?
2. Что такое рынок?
3. Назовите объекты рыночных отношений.
4. Назовите субъекты рыночных отношений.
5. В чем заключается суть рыночных отношений?
6. Сформулируйте основные функции рынка и охарактеризуйте каждую из них.
7. Какова роль рынка в процессе общественного воспроизводства?
8. Что такое рыночный механизм?
9. Опишите схему взаимодействия элементов рыночного механизма.

ТЕМА 2. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКОВ

1. Опишите развитие торговли в древнем Египте.
2. Какое место занимал Вавилон в торговле древнего мира?
3. Отметьте особенности экономики Финикии.
4. Каковы роль и значение Древней Греции как мировой торговой державы?
5. Опишите развитие торговли и коммерции в Древнем Риме.
6. Как протекало развитие коммерции в Европе в период раннего средневековья?
7. Какова роль Византийской империи в мировой торговле древности?
8. Какова роль итальянских городов-республик в мировой торговле средневековья?
9. Дайте оценку Испании и Португалии как мировым торговым агентам.
10. Какие особенности экономики Голландии в период позднего средневековья вы можете назвать?
11. Англия как великая морская и торговая держава периода позднего средневековья.

ТЕМА 3. РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

1. Опишите внешнюю и внутреннюю торговлю в Древней Руси.
2. Охарактеризуйте денежное хозяйство Руси в период XIII - XV вв.
3. Сравните налоговую политику монголотатар и в период Московского государства.
4. Опишите таможенную политику в допетровской Руси.
5. Купеческое сословие: его роль в экономике страны и структура.
6. Дайте оценку внешней торговли Московского государства.
7. Укажите особенности внутренней торговли Московского государства.
8. Петровские реформы и их влияние на коммерцию России.
9. Как протекала внешняя и внутренняя торговля России во II половине XVIII в.?
10. Каковы особенности развития внутренней и внешней торговли в России при Екатерине Великой?
11. Каковы особенности таможенной политики Александра I?
12. Внешняя торговля Российской империи при Александре I.
13. Какое влияние на коммерцию оказали реформы Николая I?
14. Какое влияние на экономику России оказали реформы Александра II?
15. Охарактеризуйте внешнюю торговлю России 2-ой половины XIX в.
16. Каково значение реформ Витте для развития отечественной экономики?
17. Отметьте особенности внешней и внутренней торговли России XX в.
18. Какие изменения произошли во внутренней торговле Советской России после октября 1917 г.?
19. Дайте свою оценку торговле в период НЭПа.
20. Как развивается малый бизнес в России на современном этапе (динамика, проблемы)?
21. Внутренняя торговля в России в переходный период.
22. Какие особенности развития внешнеторговых связей в период с 1992 г. по настоящее время вы можете назвать?
23. Сформулируйте проблемы формирования рынка в РФ в начале XXI в.
24. Какие на ваш взгляд основные проблемы коммерции на современном этапе?

ТЕМА 4. СРЕДСТВА УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ КАК ОБЪЕКТЫ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

1. Что понимается под понятием «товар» в узком и широком смысле? Для чего необходимы единые классификаторы товаров и услуг?
2. Какие уровни товарного предложения различают? По каким характеристикам потребители оценивают товар?
3. Что представляет собой полный жизненный цикл товаров? Какие типы отдельных

жизненных циклов товаров выделяют? Каковы достоинства и недостатки концепции жизненного цикла товаров на рынке?

4. Перечислите основные характеристики услуги.
5. Укажите основные отличия услуги от товара.
6. Предложите определение термина «товар».
7. Предложите определение термина «услуга».
8. По каким признакам принято классифицировать товары?
9. По каким признакам принято классифицировать услуги?
10. Какие виды услуг Вам известны?
11. Что понимают под термином «коммерческая услуга»?
12. С помощью каких факторов формируют качество услуг?
13. Какие методы позволяют управлять качеством услуг?
14. Охарактеризуйте комплекс услуг, предлагаемый розничным торговым предприятием.
15. Охарактеризуйте комплекс услуг, предлагаемый оптовым торговым предприятием.
16. Что понимают под термином «сопутствующая услуга»?
17. Что понимают под термином «чистая услуга»?
18. Каким образом сформированы ТН ВЭД, МКТУ и ОКВЭД?

ТЕМА 5. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА МИРОВЫХ ТОВАРНЫХ РЫНКАХ

1. Дайте определение цены и ее функций.
2. Каково влияние цены на формирование финансового результата (прибыли) предприятия?
3. Какие Вы знаете виды цен?
4. Какие методы ценообразования Вы знаете?
5. Что такое розничная цена на продукцию? Какие цены можно отнести к свободным, какие к регулируемым?
6. Раскройте роль государства в регулировании цен.
7. В чем заключается ценовая политика предприятия?
8. Обоснуйте методику расчета отпускной цены производителя продукции.

Вопросы для собеседования

1. Эволюция взглядов на рынок.
2. Сущность и функции рынка.
3. Рыночный механизм и его элементы.
4. Исторические условия возникновения рынка.
5. Торговля в Древнем мире

6. Торговля раннего и классического средневековья.
7. Европейская торговля периода позднего средневековья.
8. Состояние русской торговли в XI-XVII вв.
9. Торговля и предпринимательство XVIII-XIX вв.
10. Особенности развития торговли во второй половине XIX- начале XX вв.
11. Торговля в советский период.
12. Коммерция и предпринимательство в условиях рыночной экономики.
13. Виды и назначение средств удовлетворения потребностей.
14. Виды товаров.
15. Виды услуг.
16. Единый классификатор товаров и услуг.
17. Ценообразующие факторы в международной торговле.
18. Специфика ценообразования на различных типах мировых товарных рынков.
19. Основные виды мировых цен.

Изучение рекомендуемой литературы

1. Зайцев, А. Г. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. "Торговое дело" / А. Г. Зайцев, Е. В. Такмакова. - Документ Bookread2. - М. : РИОР [и др.], 2015. - 88 с. - Библиогр.: с. 71. - Прил.. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=500604>
2. Наумов, В. Н. Основы предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. для студентов вузов по направлениям подгот. 100100 "Сервис" и 100700 "Торг. дело" (степень "бакалавр") / В. Н. Наумов ; под ред. Г. Л. Багиева. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 312 с. - Библиогр.: с. 305-307. - Прил.. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=411733>
3. Петрище, Ф. А. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс] : учебник / Ф. А. Петрище. - 5-е изд., испр. и доп. - Документ Bookread2. - М. : Дашков и К, 2017. - 507 с. : ил. - Библиогр.: с. 506-507. - (Учебные издания для бакалавров). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=354038>
4. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков [Текст] : учеб. пособие для академ. бакалавриата по экон. направлениям и специальностям. Т. 1 / Н. М. Розанова ; Высш. шк. экономики. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮРАЙТ, 2015. - 411 с. : табл. - (Бакалавр. Академический курс).
5. Филимонова, Н. М. Экономика и организация малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот. бакалавриата

38.03.06 «Торговое дело», 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.04 "Гос. и муницип. упр." / Н. М. Филимонова, Н. В. Моргунова, Е. С. Ловкова. - 2-е изд., доп. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 221 с. - Библиогр.: с. 208-211. - Глоссарий. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=462572>.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Инновационные образовательные технологии

Вид образовательных технологий, средств передачи знаний, формирования умений и практического опыта	№ темы / тема лекции	№ практического (семинарского) занятия/наименование темы
Лекция-дискуссия	Тема 1. Понятие рынка и рыночного механизма.	Тема 3. Развитие торговли в России
Обсуждение проблемной ситуации	Тема 5. Ценообразование на мировых товарных рынках	-
Компьютерные симуляции	-	-
Деловая (ролевая игра)	-	Тема 2. Истории развития потребительских рынков.
Разбор конкретных ситуаций	Тема 4. Средства удовлетворения потребностей как объекты рыночных отношений	Тема 4. Средства удовлетворения потребностей как объекты рыночных отношений
Психологические и иные тренинги	-	-
Слайд-лекции	Тема 2. Истории развития потребительских рынков. Тема 3. Развитие торговли в России	-

В начале семестра студентам необходимо ознакомиться с технологической картой дисциплины, выяснить, какие результаты освоения дисциплины заявлены (знания, умения, практический опыт). Для успешного освоения дисциплины студентам необходимо выполнить задания, предусмотренные рабочей учебной программой дисциплины и пройти контрольные точки в сроки, указанные в технологической карте (раздел 11). От качества и полноты их выполнения будет зависеть уровень сформированности компетенции и оценка текущей

успеваемости по дисциплине. По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации, если это предусмотрено технологической картой дисциплины. Списки учебных пособий, научных трудов, которые студентам следует прочесть и законспектировать, темы практических занятий и вопросы к ним, вопросы к экзамену и другие необходимые материалы указаны в разработанном для данной дисциплины учебно-методическом комплексе.

Основной формой освоения дисциплины является контактная работа с преподавателем - лекции, практические занятия, лабораторные работы (при наличии в учебном плане), консультации (в том числе индивидуальные), в том числе проводимые с применением дистанционных технологий.

По дисциплине часть тем (разделов) изучается студентами самостоятельно. Самостоятельная работа предусматривает подготовку к аудиторным занятиям, выполнение заданий (письменных работ, творческих проектов и др.) подготовку к промежуточной аттестации (экзамену).

На лекционных и практических (семинарских) занятиях вырабатываются навыки и умения обучающихся по применению полученных знаний в конкретных ситуациях, связанных с будущей профессиональной деятельностью. По окончании изучения дисциплины проводится промежуточная аттестация (экзамен).

Регулярное посещение аудиторных занятий не только способствует успешному овладению знаниями, но и помогает организовать время, т.к. все виды учебных занятий распределены в семестре планомерно, с учетом необходимых временных затрат.

6.1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на практических (семинарских) занятиях

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- обсуждение вопросов в аудитории, разделенной на группы 6 - 8 обучающихся либо индивидуальных;
- выполнение практических заданий, задач;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Содержание заданий для практических занятий

Темы письменных работ, эссе, докладов и т.п.

1. Рыночные структуры совершенной и несовершенной конкуренции.
2. Слияния и поглощения, типы слияний.
3. Понятие и основные черты совершенной конкуренции.
4. Совершенно – конкурентная фирма в краткосрочном периоде.
5. Спрос и предложение конкурентной фирмы в отрасли.
6. Поведение совершенно конкурентной фирмы в долгосрочном периоде и основные выводы.
7. Чистая монополия и максимизация ее прибыли способом сравнения предельного дохода (TR) и валовых издержек (TC).
8. Чистая монополия и максимизация ее прибыли способом сравнения предельного дохода (MR) и предельных издержек (MC).
9. Равновесие монополиста в краткосрочном периоде.
10. Естественная монополия.
11. Ценовая дискриминация.
12. Показатели монопольной власти (Коэффициент Бэйна, Лернера, Тобина, Папандреу).
13. Потери от несовершенной конкуренции.
14. Основные правила регулирования деятельности естественных монополий.
15. Особенности олигополистического рынка.
16. Разновидности олигополий.
17. Модель Курно.
18. Парадокс Бертрана.
19. Модель Штакельберга.
20. Кооперативные модели поведения олигополии. Картель.
21. Методы установления цен на олигополистическом рынке с использованием тайного сговора.
22. Олигополия без сговора. Стабильность цен. Изогнутая кривая спроса.
23. Проблема эффективности олигополистического рынка и крупные предприятия в экономике России.
24. Основные черты монополистической конкуренции.
25. Поведение фирмы - монополистического конкурента в кратко – и долгосрочном периодах.
26. Основные черты монополии.
27. Ценообразование в условиях монополии.

28. Сравнительный анализ монополии и монополии.

29. Промышленная политика государства в отношении рыночных структур: концепция маркетинга и товарная специализация.

30. Промышленная политика государства в отношении рыночных структур: этапы разработки и перспективы развития технологической специализации.

31. Антимонопольное законодательство, его сущность, цели и задачи.

32. Основные методы противодействия монополизации рынков.

33. Антимонопольное законодательство в России.

Задания, задачи (ситуационные, расчетные и т.п.)

1. Деловая игра «История торговли».

Методические указания:

1. Группа студентов делится на подгруппы по 4-5 человек.

2. Каждая подгруппа представляет собой древнее государство (по собственному выбору либо по указанию преподавателя): Египет, Китай, Вавилонское царство, Греция, Римская империя и др.

3. Подгруппы формируют список экспортируемых и импортируемых товаров, устанавливают цены на свой товар, определяют основных контрагентов, место совершения сделок, способы транспортировки товаров и т. д.

4. Взаимодействие подгрупп, оформление торговых сделок.

5. На основе проделанной работы подгруппы подготавливают историческую справку государства, которое они представляют. Справка должна содержать следующие обязательные пункты:

- основные центры торговли;
- основная форма осуществления торговли, основные сферы предпринимательства;
- основные факторы, способствующие развитию торговли: (географические и климатические условия; развитие ремесел; развитие мореплавания; военные походы и завоевания и др.);
- основные предметы торговли;
- эквивалент денег.

6. По завершении работы делается вывод о полноте и точности знаний студентов особенностей торговли древнего мира на основе сравнения полученных результатов с ожидаемыми.

2. Аналитическое задание.

Составьте сравнительную таблицу внешней и внутренней торговли Советского Союза 20-х – 30-х годов, торговли СССР в период Великой Отечественной войны и послевоенной торговли СССР.

	Период		
	20-30е гг.	1941-1945 гг.	кон. 40х-60е гг.
Внешняя торговля СССР			
Внутренняя торговля СССР			

3. Дискуссия на тему «Влияние геополитического положения страны на функционирование ее рынка».

4. Приведите примеры по следующим категориям предложения:

- исключительно осязаемый товар;
- дополнение осязаемого товара услугами;
- гибрид;
- основная услуга сопровождается получением сопутствующих товаров и услуг;
- чистая услуга.

Опишите особенности данных предложений.

5. Соотнесите виды товаров и услуг с потребностями, которые они удовлетворяют. Чем объясняется рост спроса на услуги?

6. Зайдите в любой магазин. Изучите ассортимент и классифицируйте товары по всем известным признакам, заполнив таблицу:

Классификационный признак	Группы товаров	Товары, входящие в группу
Срок использования		
...		

7. Выберите любой непродуктивный товар и перечислите 5 торговых марок. Примите один из них за эталон. Составьте список наиболее важных свойств товара (пять качественных характеристик и не менее трех стоимостных). Определите по десятибалльной шкале наличие этих свойств у анализируемых марок (результаты занесите в таблицы: первая – по качественным характеристикам, вторая – по стоимостным). Также определите важность свойств для вас (в каждой таблице сумма важности свойств должны быть равны 1. На основе этих данных рассчитайте интегральный показатель конкурентоспособности каждого товара по сравнению с эталоном и сопоставьте результаты.

8. Укажите по три вида товаров, реализуемых на отечественном рынке, на каждый из указанных типов жизненного цикла: бум, увлечение, продолжительное увлечение, гребешковая кривая, сезонность, возобновление, провал.

9. Определить розничную цену импортного товара при двух вариантах товародвижения.

- а) предприятие (нерезидент) - розничное торговое предприятие (резидент);

б) предприятие (нерезидент) - сбытовая организация (резидент) - торговое розничное предприятие (резидент).

Вопросы (тест) для самоконтроля

1) Важная черта, которая отличает монополистическую конкуренцию от совершенной конкуренции, состоит в том, что...

- а) имеются серьезные барьеры для вхождения на рынок монополистической конкуренции
- б) конкурирующие фирмы продают дифференцированный товар, а не однородный
- в) в длительном периоде в условиях монополистической конкуренции фирмы получают экономическую прибыль
- г) конкурирующие фирмы продают уникальные товары

2) Концепция совершенствования производства актуальна в случаях, когда...

- а) предложение превышает спрос
- б) общество нуждается не в количественных, а в качественных характеристиках уровня жизни
- в) спрос превышает предложение
- г) себестоимость товара слишком высока

3) К психографическим признакам сегментации не относятся...

- а) город, регион, штат, страна, республика, район и другие территориальные единицы
- б) возраст, пол, количество членов семьи, уровень доходов, жизненный цикл семьи
- в) повод для совершения покупки (обычные или особые случаи), искомые выгоды (качество, сервис, экономия денег, скорость)
- г) стиль жизни (обычный, с видоизменениями, богемный)
- д) тип личности (обязательный, стандартный, авторитарный, амбициозный)

4) Функция региона, выражающая зависимость объема товаров и услуг от числа предприятий в регионе, их производственной мощности и финансовой стратегии...

- а) функция региональной активности
- б) хозяйственная функция
- в) функция специализации региона
- г) региональная функция предложения

5) Обеспечение согласования производства и потребления в ассортиментной структуре, воздействие рынка на все сферы экономики осуществляет рыночная функция:

- а) регулирующая функция
- б) стимулирующая функция

- в) контролирующая функция
- г) функция экономичности

6) Наличие множества фирм однородность и взаимозаменяемость конкурирующих товаров отсутствие ценовых ограничений полная свобода «входа» на рынок и «ухода» с него характеризуют:

- а) рынок монополистической конкуренции
- б) рынок олигополистической конкуренции
- в) рынок чистой монополии
- г) рынок свободной конкуренции

7) Важная черта, которая отличает монополистическую конкуренцию от совершенной конкуренции, состоит в том, что

- а) имеются серьезные барьеры для вхождения на рынок монополистической конкуренции
- б) конкурирующие фирмы продают дифференцированный товар, а не однородный
- в) в длительном периоде в условиях монополистической конкуренции фирмы получают экономическую прибыль
- г) конкурирующие фирмы продают уникальные товары

8) Сущность функции рынка «экономичность»:

- а) сокращение издержек обращения в сфере потребления (затраты покупателей на покупку товаров) и соразмерности спроса населения с заработной платой
- б) побуждение производителей к созданию новой продукции, необходимых товаров с минимальными затратами и максимальной прибылью
- в) подача объективной информации о спросе и предложении, условиях реализации
- г) соединение сферы производства, сферы потребления, а также посредников

9) Компания «ИКЕА» предлагает на рынке широкий ассортимент продукции с низкими издержками, а, следовательно, и низкими ценами. Это не является примером реализации стратегии...

- а) лидерства в издержках
- б) дифференциации
- в) фокусировки на издержках
- г) фокусировки на дифференциации

10) К характеристикам вертикальной ниши не относится...

- а) реализация группы функционально близких изделий разным группам потребителей
- б) не занятая конкурентами часть рынка

- в) реализация разных изделий одной группе потребителей
- г) реализация данного изделия разным группам потребителей

11) При интенсивном сбыте распределение происходит...

- а) через крайне ограниченное количество торговых точек
- б) по отношению к товарам пассивного спроса
- в) по отношению к товарам повседневного спроса
- г) по отношению к товарам предварительного выбора

12) Когда производитель сельскохозяйственной техники реализует свою продукцию оптовым организациям, а те - конечным потребителям, то такой канал распределения не характеризуется как...

- а) двухуровневый
- б) косвенный
- в) прямой
- г) трехуровневый

13) Средствами удовлетворения потребностей являются:

- а) товары
- б) информация
- в) идеи
- г) все перечисленное

14) Товары, отличающиеся от серийно выпускаемых товаров ассортиментной принадлежностью на уровне наименований и/или торговых марок, а также значительными изменениями качества — это:

- а) принципиально новые товары
- б) товары умеренной новизны
- в) относительно новые товары
- г) незначительно новые товары

15) Какой из признаков не используется для классификации услуг:

- а) характер оплаты
- б) назначение
- в) срок использования
- г) степень автоматизации

16) Услуга — это:

а) обособленная целостность, характеризующаяся показателями величины, цены, внешнего

вида и прочими атрибутами

б) название, ассоциируемое с одним или более объектов

в) любое мероприятие или выгода, которую одна сторона может предложить другой

г) верного определения нет

17) Такая характеристика услуги как неосвязаемость объясняется следующим образом:

а) услуга не может быть продемонстрирована до покупки

б) услугу нельзя отделить от ее источника

в) качество услуги зависит от того: кто, когда, где и как ее предоставляет

г) услугу нельзя хранить с целью последующей продажи или использования

18) К методам прямого государственного регулирования относится:

а) кредитно-денежная политика

б) государственное предпринимательство

в) таможенная политика

г) налоговая политика

19) Рынок – это совокупность конкретных экономических отношений и связей между покупателями и продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег, отражающая экономические интересы субъектов рыночных отношений и обеспечивающая обмен продуктами труда:

а) да

б) нет

20) Коммерческая деятельность осуществляется с целью:

а) удовлетворения покупательского спроса

б) получения прибыли

в) рациональной организации производства

г) реализации способностей предпринимателя

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (экзамен, дифференцированный зачет)

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить уровень сформированности компетенций и результаты освоения дисциплины, представлены следующими компонентами:

направление 38.03.06 «Торговое дело»

Код оцениваемой компетенции (или ее части)	Тип контроля	Вид контроля	Количество Элементов, шт.
1	2	3	4
ОК-2	текущий	Тестирование Глоссарий	20 10
	текущий	Тестирование Письменный опрос Глоссарий	10 5 10
	текущий	Тестирование Презентация Глоссарий	20 1 10
	текущий	Устный опрос Тестирование Глоссарий	3 10 10
	текущий	Устный опрос Тестирование Глоссарий	5 10 10
	текущий	Тестирование Письменный опрос Глоссарий	20 7 10
	текущий	Письменный опрос Глоссарий	5 10
	текущий	Тестирование Презентация Глоссарий	10 1 10
	текущий	Тестирование Письменный опрос Глоссарий	20 5 10
	промежуточный	Компьютерный тест	Не менее 80

7.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Результаты освоения дисциплины	Оценочные средства (перечень вопросов, заданий и др.)
Знает: ОК-2 - основные категории и методы микро-, макро и отраслевой экономики	1. Рынок услуг личного характера и бытового обслуживания относится к следующему типу: а) потребительскому б) средств производства в) сырьевому г) труда 2. Система учреждений и организаций, обеспечивающих свободное движение товаров и услуг на рынке носит название а) правительство б) рыночная инфраструктура в) сфера сервиса г) третичный сектор экономики

	3. Поставьте в соответствие вид рынка и его характеристику: 1. Рынок потребительских товаров – 2. Рынок услуг – 3. Сырьевой рынок - а) сфера купли-продажи продуктов индивидуального назначения: продовольствия, одежды, бытовой техники и др б) сфера обращения или совокупность актов купли-продажи различных видов деятельности, удовлетворяющие потребности отдельного человека, группы людей, организаций в) рынок продуктов, используемых в качестве предметов труда, формирующий условия их купли и продажи на основе международного разделения труда 4. Рыночные отношения между ограниченным (небольшим) числом производителей и потребителей услуг называют: а) взаимное ограничение б) ограниченное множество в) монополия потребителя г) частичное ограничение д) монополия производителя е) полное множество 5. Рыночные отношения между множеством малых производителей и множеством малых потребителей услуг называют: а) взаимное ограничение б) ограниченное множество в) монополия потребителя г) частичное ограничение д) монополия производителя е) полное множество
Умеет: ОК-2 - использовать основные категории и методы микро-, макро и отраслевой экономики при решении профессиональных задач	1. Охарактеризуйте специфику поведения и стратегий работы на рынке предприятия: – предоставляющего коммунальные услуги (рынок чистой монополии); – предоставляющего услуги сотовой связи (рынок олигополистической конкуренции); – производящего автомобили (рынок монополистической конкуренции); – реализующего верхнюю одежду (рынок чистой конкуренции). 2. Проанализируйте деятельность одной из организаций сферы услуг. Составьте список оказываемых ею услуг. Опишите эти услуги с точки зрения различных классификационных признаков. Какие услуги можно еще оказывать потребителю помимо уже используемых услуг в рамках сферы деятельности организации?
Имеет практический опыт: ОК-2 - применения методики действия экономических законов и системы микроэкономических и макроэкономических показателей в профессиональной сфере	1. Исходные данные: отпускная цена импортного товара на условиях доставки покупателю товара (DDU) составляет 25000 руб. Таможенная пошлина - 20%, таможенный сбор - 0,1%, НДС - 20%, снабженческая надбавка - 20%, торговая наценка - 15%. 2. На территорию ОЭЗ (особой экономической зоны) ввозится бывший в употреблении автомобиль не для коммерческого использования. Определить цену автомобиля, если таможенная стоимость автомобиля (Тс) – 5000 дол. США, таможенный сбор (С) - 0,05% от таможенной стоимости, ставка акциза (На) - 5%, ставка НДС (Нн) - 20%, торговая наценка (Нт) - 20%. Курс доллара - 40 руб./дол. 3. Предприятие планирует выпустить новое изделие себестоимостью 5000 руб. и рентабельностью 25%. Определите

цену нового изделия методом полных затрат.

4. Проследить формирование цен на промышленную продукцию, если полная себестоимость – 25 тыс. руб., прибыль на 1 продукцию – 9 тыс.руб., НДС-5,32 тыс.руб., прибыль и расходы сбытовых организаций на 1 продукцию – 3 тыс. руб., торговая наценка - 5 тыс. руб.

7.2. Методические рекомендации к определению процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Рабочая учебная программа дисциплины содержит следующие структурные элементы:

- перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (далее–задания). Задания по каждой компетенции, как правило, не должны повторяться.

Требования по формированию задания на оценку ЗНАНИЙ:

- обучающийся должен воспроизводить и объяснять учебный материал с требуемой степенью научной точности и полноты;
- применяются средства оценивания компетенций: тестирование, вопросы по основным понятиям дисциплины и т.п.

Требования по формированию задания на оценку УМЕНИЙ:

- обучающийся должен решать типовые задачи (выполнять задания) на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решения;
- применяются следующие средства оценивания компетенций: простые ситуационные задачи (задания) с коротким ответом или простым действием, упражнения, задания на соответствие или на установление правильной последовательности, эссе и другое.

Требования по формированию задания на оценку навыков и (или) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

- обучающийся должен решать усложненные задачи (выполнять задания) на основе приобретенных знаний, умений и навыков, с их применением в определенных ситуациях;
- применяются средства оценивания компетенций: задания требующие многошаговых решений как в известной, так и в нестандартной ситуациях, задания, требующие поэтапного решения и развернутого ответа, ситуационные задачи, проектная деятельность, задания расчетно-графического типа. Средства оценивания компетенций выбираются в соответствии с заявленными результатами обучения по дисциплине.

Процедура выставления оценки доводится до сведения обучающихся в течение месяца с начала изучения дисциплины путем ознакомления их с технологической картой дисциплины, которая является неотъемлемой частью рабочей учебной программы по дисциплине.

В результате оценивания компетенций на различных этапах их формирования по дисциплине студенту начисляются баллы по шкале, указанной в рабочей учебной программе по дисциплине.

7.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Успешность усвоения дисциплины характеризуется качественной оценкой на основе листа оценки сформированности компетенций, который является приложением к зачетно-экзаменационной ведомости при проведении промежуточной аттестации по дисциплине.

Критерии оценивания компетенций

Компетенция считается сформированной, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует *повышенному уровню* сформированности компетенции.

Компетенция считается сформированной, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует *пороговому уровню* сформированности компетенции.

Компетенция считается несформированной, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, не демонстрирует необходимых умений, доля невыполненных заданий, предусмотренных рабочей учебной программой составляет 55 %, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует *допороговому уровню*.

Шкала оценки уровня освоения дисциплины

Качественная оценка может быть выражена: в процентном отношении качества усвоения дисциплины, которая соответствует баллам, и переводится в уровневую шкалу и оценки «отлично» / 5, «хорошо» / 4, «удовлетворительно» / 3, «неудовлетворительно» / 2, «зачтено», «не зачтено». Преподаватель ведет письменный учет текущей успеваемости студента в соответствии с технологической картой по дисциплине.

Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности компетенций

Шкалы оценки уровня сформированности компетенции (й)		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
пороговый	61-85,9	70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Зайцев, А. Г. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. "Торговое дело" / А. Г. Зайцев, Е. В. Такмакова. - Документ Bookread2. - М. : РИОР [и др.], 2015. - 88 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=500604>.
2. Петрище, Ф. А. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс] : учебник / Ф. А. Петрище. - 5-е изд., испр. и доп. - Документ Bookread2. - М. : Дашков и К, 2017. - 507 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=354038>.
3. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавриата по направлению "Торговое дело" (профиль "Маркетинг") / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - Документ Bookread2. - М. : Дашков и К, 2017. - 294 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=336541>.
4. Филимонова, Н. М. Экономика и организация малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот. бакалавриата 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.04 "Гос. и муницип. упр." / Н. М. Филимонова, Н. В. Моргунова, Е. С. Ловкова. - 2-е изд., доп. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 221 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=462572>.

Дополнительная литература

5. Забродская, Н. Г. Предпринимательство. Организация и экономика малых предприятий [Электронный ресурс] : учебник / Н. Г. Забродская. - Документ Bookread2. - М. : Вуз. учеб. [и др.], 2014. - 262 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=453430>.
6. Кондраков, Н. П. Основы малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] : практ. пособие / Н. П. Кондраков, И. Н. Кондраков. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 446 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=350963>.
7. Лебедева, О. А. Маркетинговые исследования рынка [Электронный ресурс] : учеб. для сред. проф. образования по специальности "Маркетинг (по отраслям)" / О. А. Лебедева, Н. И. Лыгина. - Документ Bookread2. - М. : ФОРУМ [и др.], 2013. - 191 с. : табл. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=389909>.
8. Левин, Дж. Эмпирические исследования отраслевых рынков: основные достижения [Электронный ресурс] / Дж. Левин, Л. Эйнав // Вопр. экономики. - 2012. - № 1. - С. 21-41. - Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru>
9. Наумов, В. Н. Основы предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. для студентов вузов по направлениям подгот. 100100 "Сервис" и 100700 "Торг. дело" (степень "бакалавр") / В. Н. Наумов ; под ред. Г. Л. Багиева. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 312 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=411733>.
10. Переверзев, М. П. Предпринимательство и бизнес [Электронный ресурс] : учеб. для вузов по специальности "Проф. обучение (экономика и упр.)" / А. М. Лунева ; под ред. М. П. Переверзева. - Документ HTML. - М. : ИНФРА-М, 2010. - 176 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=142470>.
11. Современные потребительские тренды и удовлетворенность потребителя [Электронный ресурс] : монография / О. К. Ойнер [и др.]. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 142 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=364969#>
12. Филимонова, Н. М. Экономика и организация малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот. бакалавриата 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.04 "Гос. и муницип. упр." / Н. М. Филимонова, Н. В. Моргунова, Е. С. Ловкова. - 2-е изд., доп. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 221 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=462572>.

8.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины

Интернет-ресурсы

1. BOOK. RU [Электронный ресурс] : электрон. б-ка. - Режим доступа: <http://www.book.ru/>. - Загл. с экрана.
2. За партой. РУ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zapartoj.ru/d/econ/econ285.htm>. - Загл. с экрана.
3. Издательский дом Гребенникова [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.grebennikov.ru. - Загл. с экрана.
4. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elib.tolgass.ru/>. - Загл. с экрана.
5. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/>. - Загл. с экрана.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Краткая характеристика применяемого программного обеспечения

№ п/п	Программный продукт	Характеристика	Назначение при освоении дисциплины
1	Microsoft Word	Текстовый процессор, предназначенный для создания, просмотра и редактирования текстовых документов, с локальным применением простейших форм таблично-матричных алгоритмов.	Подготовка студентами докладов и рефератов по представленной тематике, оформления самостоятельных работ
2	Microsoft PowerPoint	Программа подготовки презентаций и просмотра презентаций, являющаяся частью Microsoft Office и доступная в редакциях для операционных систем Microsoft Windows и Mac OS.	Воспроизведение презентаций, подготовленных студентами в рамках предложенных тем научных докладов и рефератов
3	Microsoft Excel	Широко распространенная компьютерная программа. Нужна она для проведения расчетов, составления таблиц и диаграмм, вычисления простых и сложных функций.	Проведение практических занятий, подготовка студентами докладов и рефератов по представленной тематике, решение домашних заданий.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по междисциплинарному курсу

10.1. Специально оборудованные кабинеты и аудитории

№	Наименование оборудованных учебных кабинетов и (или) аудиторий	Основное специализированное оборудование
1	Аудитория бизнес-проектирования коммерческой деятельности, логистики и маркетинга, лекционная аудитория.	Перечень основного оборудования: комплект мультимедийного проекционного оборудования (экран Draper Luma, проектор Sanyo PLC), комплект учебной мебели на 120 посадочных мест

11. Примерная технологическая карта дисциплины «Функционирование российских и зарубежных рынков товаров и услуг»

[illegible]

