



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

Л.О. Коршенко

10 июля 2017 г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Заведующая кафедрой
товароведения и экспертизы товаров

Л.А. Текутьева

10 июля 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рынок потребительских товаров

Направление 38.03.07 «Товароведение»

профили «Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности»,

«Товарный менеджмент»

Форма подготовки очная/заочная

курс 3/4 семестр 6

лекции 18/6 час.

практические занятия – 36/10час.

лабораторные работы час.

в том числе с использованием МАО лек. / пр. - / лаб. 36/4 час.

всего часов аудиторной нагрузки 54/16 час.

в том числе с использованием МАО 36/4 час.

самостоятельная работа 90/128 час.

в том числе на подготовку к зачету -/4 час.

контрольные работы (количество)

курсовая работа / курсовой проект семестр / 4 курс

зачет 6 семестр/ 4 курс

экзамен -

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 04 декабря 2015 г. № 1429.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры товароведения и экспертизы товаров, протокол № 13 от 10 июля 2017 г.

Заведующий кафедрой: Текутьева Л.А.

Составитель: канд. техн. наук, доцент Смертина Е.С.

старший преподаватель Некрасов А.Е.

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Рынок потребительских товаров»**

Учебный курс «Рынок потребительских товаров» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.07 Товароведение, профилей «Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности», «Товарный менеджмент».

Дисциплина «Рынок потребительских товаров» включена в состав обязательных дисциплин вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Для очной формы обучения учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа студентов (90 часов); дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Для заочной формы обучения учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов, в том числе МАО 4 часа), самостоятельная работа студентов (128 часов, в том числе 4 часа на подготовку к зачету); дисциплина реализуется на 4 курсе.

Дисциплина «Рынок потребительских товаров» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Теоретические основы товароведения и экспертизы», «Формирование ассортимента товаров», «Товарный менеджмент», «Этика в товароведной деятельности», «Информационное обеспечение товароведения и экспертизы товаров», «Товарная информация», «Основы маркетинга», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Таможенная экспертиза», «Технология хранения, транспортирования и упаковывания потребительских товаров», «Проектирование торговых предприятий», а также к прохождению преддипломной практики и выполнению выпускной квалификационной работы.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

основные понятия в области классификации и ассортимента товаров; понятие конкуренции; внешняя и внутренняя рыночная среда; исследование потребительских предпочтений; понятие, критерии и признаки сегментирования рынка; сегментирование рынка по группам потребительских товаров и товарам-конкурентам; определение регионального рынка, формирование и развитие рынков в регионе; система региональных рынков товаров и услуг.

Цель – формирование у студентов знаний и навыков в области исследования закономерностей формирования и развития рынка потребительских товаров в современных условиях.

Задачи:

- изучение развития рынка продовольственных и непродовольственных товаров потребительского назначения, методов анализа, оценки состояния и прогнозирования развития;
- формирование умений и навыков управления товарами потребительского назначения посредством изучения основных положений формирования рынка, условий и факторов, определяющих их функционирование.

Для успешного изучения дисциплины «Рынок потребительских товаров» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях;
- умение использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности;
- способность использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач;
- способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с

учетом их потребительских свойств;

- навыки управления основными характеристиками товаров (количественными, качественными, ассортиментными и стоимостными) на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов;
- умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента;
- умение оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

| Код и формулировка компетенции | Этапы формирования компетенции | |
|---|---------------------------------------|--|
| ПК-8 знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество | Знает | структуру ассортимента, способную удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя |
| | Умеет | анализировать ассортиментную политику предприятия |
| | Владеет | методами количественной и качественной оценки качества новой продукции |

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Рынок потребительских товаров» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: работа в малых группах, деловые игры, ситуационные задачи.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Раздел I. Формирование и регулирование рынка потребительских товаров на современном этапе (6/3 час.)

Тема 1. Понятие рынка потребительских товаров, его функции. Классификация рынков (2/1 час.)

Рынок как экономический механизм формировался на протяжении тысячелетий, в течение которых менялось и содержание самого понятия. В общем виде, понятие рынок—это система экономических отношений, складывающихся в процессе производства, обращения и распределения товаров, а также движения денежных средств.

Развитие рынка происходит вместе с развитием товарного производства, вовлекая в обмен не только произведенные продукты, но и продукты, не являющиеся результатом труда (земля, дикорастущий лес). В условиях господства рыночных связей все отношения людей в обществе охвачены куплей-продажей. Структура рынка — это внутреннее строение, расположение, порядок отдельных элементов рынка, их удельный вес в общем объеме рынка. Совокупность всех рынков, расчлененных на отдельные элементы на основе самых разнообразных критериев, образует систему рынков. Сущность рынка находит свое выражение в его экономических и социальных функциях. Мировой и национальный опыт показывает, что рынок оказывает громадное влияние на все стороны жизни общества.

Рынок является сферой постоянных контактов между продавцами, покупателями, посредниками, банками, страховыми компаниями, средствами массовой информации. Рынки делятся на товарные и финансовые, внутренние и международные.

Тема 2. Конъюнктура рынка потребительских товаров. Механизм ценообразования на рынке потребительских товаров (2/0,5 час.)

Конъюнктурные исследования - один из методов оперативного изучения

рынка, который обеспечивает отрасли и предприятия информацией о состоянии рынка на данный момент, выявляет причины изменения спроса и предложения, а также ожидающиеся направления развития рынка в ближайшие месяцы.

Изучение конъюнктуры товарных рынков включает в себя обработку, анализ и систематизацию количественных показателей и качественной информации, характеризующей развитие рынка в данный период времени. Выбор системы показателей определяется целями конкретного исследования, например, анализ развития рынка, анализ ситуации на рынке за определённый период времени, изменение технико-экономических характеристик производства.

Цена - главная и универсальная форма взаимодействия товаропроизводителя и рынка. Она делает возможной (или невозможной) куплю-продажу товара, а, следовательно, и само экономическое существование его производителя. Возможности реализации практически всех экономических интересов в итоге определяются уровнем цены, по которой продается и покупается товар. Ее правильный выбор является залогом успешной реализации тактического и стратегического планирования, т.е. хорошего финансового состояния и финансовой устойчивости предприятия.

Основные вопросы определяющие ценообразование: сущность цен, факторы, на них влияющие, особенности и способы ценообразования на различных типах рынка, условия, оказывающие влияние на выбор метода ценообразования предпринимателем.

Тема 3. Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на потребительском рынке (1/0,5 час.)

Конкуренция – основная регулирующая сила рыночного товарного производства, форма экономической борьбы за максимальную реализацию личных интересов продавцов и покупателей товаров на рынке. Основные условия существования на рынке свободной конкуренции. Различают

внутриотраслевую и межотраслевую конкуренцию, неценовую конкуренцию товаропроизводителей.

С конкуренцией тесно связано понятие конкурентоспособность. В экономической литературе понятие «конкурентоспособность» определяется как способность продукции, товара и услуг отвечать требованиям рынка. В свою очередь, товары и услуги, обладающие определенными потребительскими свойствами и качественными параметрами, представляют собой концентрированное выражение экономических, научно-технических, производственных, организационно-управленческих, маркетинговых и иных возможностей страны, предприятия или отдельного товаропроизводителя. Экономические аспекты конкурентоспособности отражаются в конкурентоспособности отдельного товара и конкурентоспособности фирмы.

Тема 4. Сегментация товарного рынка. Позиционирование потребительских товаров на рынке (1/1 час.)

Сегментация потребительского рынка — это разделение рынка на четкие группы потребителей, в адрес которых направлены разные товары, услуги и применяются различные маркетинговые усилия. Сам сегмент выступает в роли группы потребителей со схожими желаниями и возможностями. Смысл сегментации состоит не только в слепом разделении рынка потребления на основные классы, но и в нахождение именно той части рынка, которая представляет интерес для компании-производителя.

Раздел II. Законодательство и нормативные документы, регулирующие рынок потребительских товаров в России (1/0,25 час.)

Структура законодательства в области регулирования ввоза, производства, сбыта, оборота и обеспечения безопасности потребительских товаров. Национальные стандарты, регулирующие качество потребительских товаров. Документы, подтверждающие качество и безопасность потребительских товаров, находящихся в обороте.

Раздел III. Тенденции развития российского и мирового рынка продовольственных товаров на современном этапе (6/1,5 час.)

Тема 1. Состояние и перспективы развития продовольственного рынка России (2/0,5 час.)

Роль продовольственного рынка в экономике страны. Признаки классификации продовольственного рынка. Структура и основные элементы рынка. Прогнозирование развития рынка. Государственное регулирование продовольственного рынка.

Тема 2. Рынок продовольственных товаров из растительного сырья (на примере одной-двух групп товаров) (2/0,5 час.)

Классификация. Значимость. Рациональные нормы потребления и обеспеченность населения этими продуктами в мире и в России. Сегментация рынка по различным признакам.

Анализ состояния мирового и отечественного рынка, основные направления его развития. Характеристика основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования торговой политики предприятий, реализующих данный вид продукции.

Тема 3. Рынок продовольственных товаров из животного сырья (на примере одной-двух групп товаров) (2/0,5 час.)

Классификация. Социальная и экономическая значимость товаров из животного сырья. Рациональные нормы потребления. Сегментация рынка.

Анализ состояния мирового и отечественного данной группы товаров, основные направления его развития.

Характеристика основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования торговой политики предприятий, реализующих данный вид продукции.

Раздел IV. Тенденции развития российского и мирового рынка непродовольственных товаров на современном этапе (5/1,25 час.)

Тема 1. Рынок одежно-обувных товаров (2/0,5 час.)

Значимость одежно-обувных товаров. Рациональные нормы потребления и обеспеченность населения по регионам мира. Классификация и сегментация одежно-обувных товаров по различным признакам.

Анализ состояния мирового и отечественного рынка одежно-обувных товаров, основные направления его развития. Характеристика обуви основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования товарной политики розничных и оптовых предприятий, реализующих обувь.

Тема 2. Рынок хозяйственных товаров (2/0,5 час.)

Значимость хозяйственных товаров, обеспеченность населения по регионам мира. Классификация и сегментация хозяйственных товаров по различным признакам.

Анализ состояния мирового и отечественного рынка хозяйственных товаров, основные направления его развития. Характеристика хозяйственных товаров основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров. Особенности формирования товарной политики розничных и оптовых предприятий, реализующих хозяйственные товары.

Тема 3. Рынок товаров культурно-бытового назначения (1/0,25 час.)

Значимость товаров культурно-бытового назначения, обеспеченность населения по регионам мира. Классификация и сегментация товаров культурно-бытового назначения по различным признакам.

Анализ состояния мирового и отечественного рынка товаров культурно-бытового назначения, основные направления его развития. Характеристика товаров культурно-бытового назначения основных отечественных производителей и зарубежных экспортеров.

Особенности формирования товарной политики розничных и оптовых предприятий, реализующих товары культурно-бытового назначения.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия

**(36 / 10 час., в том числе 36 / 4 час. с использованием методов
активного / интерактивного обучения)**

Занятие 1. Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на потребительском рынке (5/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (5/4 час.)

1. Рассчитать конкурентоспособность потребительских товаров российского и зарубежного производителя. Группу товаров выбрать самостоятельно. Объяснить полученные результаты.

2. Осуществить методом экспертных оценок выбор поставщика продовольственных и/или непродовольственных товаров для розничного торгового предприятия. Коэффициенты весомости факторов определить методом прямой балльной оценки. Шкалу оценки и тип розничного торгового предприятия выбрать самостоятельно.

Занятие 2. Рынок зерна и продуктов его переработки (4/0 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (4/0 час.)

1. Изучить основные товарные признаки классификации зерна. Выделить признаки наиболее важные для сегментации рынка зерна и продуктов его переработки.

2. Провести сравнительную оценку ассортимента зерномучных товаров отечественных и зарубежных производителей.

Занятие 3. Рынок напитков (4/0 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (4/0 час.)

Занятие проводится в виде дискуссии.

1. Выделить основные товарные признаки напитков. Провести классификацию ассортимента и сегментацию рынка по наиболее важным признакам.

2. Привести сравнительную оценку ассортимента напитков отечественного и импортного производства. Обеспеченность населения этими товарами в мире и в России.

Занятие 4. Рынок мяса и мясопродуктов (4/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (4/0 час.)

Занятие проводится в виде дискуссии.

1. Изучить основные товарные признаки классификации мяса и мясопродуктов. Выявить наиболее важные признаки для сегментации рынка.

2. Провести сегментацию производства мяса по отдельным видам и регионам.

Занятие 5. Рынок жиров (4/0 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (4/0 час.)

1. Изучить основные товарные признаки жировых товаров. Выделить признаки, наиболее важные для сегментации рынка жировых товаров.

2. Произвести сегментацию рынка жировых товаров по наиболее важным признакам. Отметить основных отечественных и зарубежных экспортеров.

Занятие 6. Рынок обувных товаров (выездное занятие) (5/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (5/0 час.)

1. Изучить основные товарные признаки кожаной обуви. Провести классификацию бытовой кожаной обуви. Выделить признаки, наиболее

важные для сегментации рынка обуви и провести ее.

2. На основании предварительного изучения рынка привести сравнительную оценку ассортимента обуви одного ценового сегмента отечественных и зарубежных производителей.

Занятие 7. Рынок текстильных товаров и одежды (5/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (5/0 час.)

Занятие проводится в виде дискуссии.

1. Изучить основные товарные признаки текстильных товаров. Выделить признаки, наиболее важные для сегментации рынка текстильных товаров. Провести сегментацию отдельных групп текстильных изделий (группа определяется преподавателем).

2. На основании предварительного изучения рынка привести сравнительную оценку ассортимента одежды по разным признакам (группам, видам, полу и возрасту потребителей, сезонному и целевому назначению и др.).

Занятие 8. Рынок парфюмерно-косметических товаров (5/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (5/0 час.)

Занятие проводится в виде дискуссии.

1. Выделить основные товарные признаки парфюмерно-косметических изделий. Провести классификацию и сегментацию одной из групп косметических товаров (средств для ухода за кожей, декоративной косметики, средств для ухода за волосами и др.) по основным признакам.

1. 2. На основании анализа литературных источников составить перспективный прогноз развития мирового и российского рынка парфюмерии и косметики на ближайшие 1-2 года (каждая группа студентов из 2-3 человек получает от преподавателя индивидуальное задание).

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Рынок потребительских товаров» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

| № п/п | Контролируемые темы дисциплины | Коды и этапы формирования компетенций | Оценочные средства | | |
|-------|---|---------------------------------------|--------------------|---|---|
| | | | текущий контроль | промежуточная аттестация | |
| 1. | Раздел I. Формирование и регулирование рынка потребительских товаров на современном этапе (6/3 час.) Раздел II. Законодательство и нормативные документы, регулирующие рынок потребительских товаров в России Раздел III. Тенденции развития российского и мирового рынка продовольственных товаров на современном этапе Раздел IV. Тенденции развития российского и мирового рынка непродовольственных товаров на современном этапе | ПК-8 | знает | Собеседование (УО-1) Практическая работа (ПР-6) | Собеседование (УО-1), вопросы к зачету: 1-35 |
| | | | умеет | Практическая работа (ПР-6) Ситуационные задачи (ПР-11) Курсовая работа (ПР-5) | Собеседование (УО-1), вопросы к зачету: 1-35 |
| | | | владеет | Практическая работа (ПР-6) Ситуационные задачи (ПР-11) Курсовая работа (ПР-5) | Собеседование (УО-1), вопросы к зачету: 1-35 |

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта

деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(печатные и электронные издания)

1. Евдохова Л.Н. Теоретические основы товароведения: Учебное пособие / Евдохова Л.Н., Пинчукова Ю.М., Болотько А.Ю. - Мн.:Вышэйшая школа, 2016. - 263 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1011075>

2. Елисеева Л.Г. Товароведение однородных групп продовольственных товаров / Елисеева Л.Г., Родина Т.Г., Рыжакова А.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 930 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/511978>

3. Ляшко А.А. Товароведение, экспертиза и стандартизация / Ляшко А.А., Ходыкин А.П., Волошко Н.И. - 2-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 660 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/414985>

4. Магомедов Ш.Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами: Учебник для бакалавров / Ш.Ш. Магомедов. - М.: Дашков и К, 2016. - 176 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515759>

5. Минько Э.В. Товароведение и экспертиза товаров: учебное пособие / Минько Э.В., Минько А.Э. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017. - 373 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70618.html>

6. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения: учебник / М.А. Николаева. - М.: Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 448 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/502706>

7. Петрище Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Учебник для бакалавров. 5-е изд. / Петрище Ф.А. - 5-е изд. - М.: Дашков и К,

2017. - 508 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/354038>

8. Райкова Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Учебник для бакалавров / Райкова Е.Ю. - М.: Дашков и К, 2017. - 412 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/354035>

9. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров [Электронный ресурс]: словарь-справочник / Под общ. ред. д.т.н., проф. С.А. Вилковой. - М.: Дашков и К, 2015. - 264 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52266.html>

10. Товароведение однородных групп непродовольственных товаров: Учебник для бакалавров / Чалых Т.И., Пехташева Е.Л., Райкова Е.Ю.; Под ред. Чалых Т.И. - М.: Дашков и К, 2017. - 760 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/936039>

11. Хохлов А.В. Мировые товарные рынки: Учебное пособие / А.В. Хохлов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/460914>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Блинникова О.М. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров: учебное пособие / О.М. Блинникова. - Мичуринск: Мичуринский государственный аграрный университет, 2007. - 243 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=47301

2. Вилкова С.А. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие для бакалавров / С.А. Вилкова. - М.: Дашков и К, 2012. - 500 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415404>

3. Григорян Е.С. Товароведение: учебное пособие / Е.С. Григорян. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 265 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/354879>

4. Данильчук Ю.В. Товароведение и экспертиза мясных товаров.

Лабораторный практикум: учебное пособие / Ю.В. Данильчук. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 174 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=211234>

5. Дзахмишева И.Ш. Товароведение и экспертиза швейных, трикотажных и текстильных товаров [Электронный ресурс]: учебное пособие / Под общ. ред. проф. И. Ш. Дзахмишевой. - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. - 346 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415271>

6. Кажаяева О.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.И. Кажаяева, Л.А. Манихина. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2014. - 211 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24347.html>

7. Калачев С.Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник для бакалавров / С.Л. Калачев. - М.: Изд-во Юрайт, 2015. - 477 с. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/teoreticheskie-osnovy-tovarovedeniya-i-ekspertizy-386314>

8. Касторных М.С. Товароведение и экспертиза пищевых жиров, молока и молочных продуктов [Электронный ресурс]: учебник / М.С. Касторных, В.А. Кузьмина, Ю.С. Пучкова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. - 328 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=430491>

9. Колобов С.В. Товароведение и экспертиза плодов и овощей [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.В. Колобов, О.В. Памбухчиянц. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. - 400 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415542>

10. Коммерческое товароведение: учебник / Под общ ред. В.И. Теплова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. - 696 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415262>

11. Кременевская М.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / М.И. Кременевская. - Санкт-Петербург: НИУ ИТМО, 2015. - 97 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91528>

12. Нилова Л.П. Товароведение и экспертиза зерномучных товаров: учебник / Л.П. Нилова. - 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 448 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/424214>

13. Орленко Л.В. Ассортимент, товароведение и экспертиза пушно-меховых товаров: учебное пособие / Л.В. Орленко. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2011. - 272 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=215083>

14. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: учебник / Рук. авт. колл. В.В. Шевченко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 752 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=177302>

15. Товароведение непродовольственных товаров: кожгалантерейные, силикатные и ювелирные изделия [Электронный ресурс] / Е.А. Тыщенко [и др.]. - Кемерово: КемГУ, 2013. - 177 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/45643>

16. Ходыкин А.П. Товароведение непродовольственных товаров [Электронный ресурс]: учебник / А.П. Ходыкин, А.А. Ляшко, Н.И. Волошко, А.П. Снитко. - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. - 544 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415319>

17. Чечик А.М. Товароведение и экспертиза товаров культурно-бытового назначения [Электронный ресурс]: учебник / А.М. Чечик. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 536 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415561>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

2. Справочно-правовая система «Гарант». Режим доступа: www.garant.ru

3. Программное обеспечение: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Реализация дисциплины «Рынок потребительских товаров» предусматривает следующие виды учебной работы: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов, текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Освоение дисциплины «Рынок потребительских товаров» предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех практических работ с обязательным предоставлением отчета о работе, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Рынок потребительских товаров» является зачет в виде собеседования.

Для студентов очной формы обучения предусмотрена рейтинговая система оценки знаний. В течение учебного семестра обучающимся нужно:

- освоить теоретический материал (20 баллов);
- успешно выполнить аудиторные и контрольные задания (50 баллов);
- своевременно и успешно выполнить все виды самостоятельной работы (30 баллов).

Студент считается аттестованным по дисциплине «Рынок потребительских товаров» при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Критерии оценки по дисциплине «Рынок потребительских товаров» для аттестации на зачете следующие: 86-100 баллов – «зачтено», 76-85 баллов – «зачтено», 61-75 баллов – «зачтено», 60 и менее баллов – «не зачтено».

Пересчет баллов по текущему контролю и самостоятельной работе производится по формуле:

$$P(n) = \sum_{i=1}^m \left[\frac{O_i}{O_i^{max}} \times \frac{k_i}{W} \right],$$

где: $W = \sum_{i=1}^n k_i^n$ для текущего рейтинга;

$W = \sum_{i=1}^m k_i^n$ для итогового рейтинга;

$P(n)$ – рейтинг студента;

m – общее количество контрольных мероприятий;

n – количество проведенных контрольных мероприятий;

O_i – балл, полученный студентом на i -ом контрольном мероприятии;

O_i^{max} – максимально возможный балл студента по i -му контрольному мероприятию;

k_i – весовой коэффициент i -го контрольного мероприятия;

k_i^n – весовой коэффициент i -го контрольного мероприятия, если оно является основным, или 0, если оно является дополнительным.

Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины

Оптимальным вариантом планирования и организации студентом времени, необходимого для изучения дисциплины, является равномерное распределение учебной нагрузки, т.е. систематическое ознакомление с теоретическим материалом на лекционных занятиях и закрепление полученных знаний при подготовке и выполнении практических работ и заданий, предусмотренных для самостоятельной работы студентов.

Подготовку к выполнению практических работ необходимо проводить заранее, чтобы была возможность проконсультироваться с преподавателем по возникающим вопросам. В случае пропуска занятия, необходимо предоставить письменную разработку пропущенной практической работы.

Самостоятельную работу следует выполнять согласно графику и требованиям, предложенным преподавателем.

Алгоритм изучения дисциплины

Изучение курса должно вестись систематически и сопровождаться составлением подробного конспекта. В конспект рекомендуется включать

все виды учебной работы: лекции, самостоятельную проработку рекомендуемой основной и дополнительной литературы, отчеты по практическим работам, решение ситуационных задач, ответы на вопросы для самоконтроля и другие задания, предусмотренные для самостоятельной работы студентов.

Основным промежуточным показателем успешности студента в процессе изучения дисциплины является его готовность к выполнению практических работ.

Приступая к подготовке к практическим занятиям, прежде всего, необходимо ознакомиться с планом занятия, изучить соответствующую литературу, нормативную и техническую документацию. По каждому вопросу практической работы студент должен определить и усвоить ключевые понятия и представления. В случае возникновения трудностей студент должен и может обратиться за консультацией к ведущему преподавателю.

Критерием готовности к практическим занятиям является умение студента ответить на все контрольные вопросы, рекомендованные преподавателем.

Знания, полученные студентами в процессе изучения дисциплины, должны закрепляться не повторением, а применением материала. Этой цели при изучении дисциплины «Рынок потребительских товаров» служат активные / интерактивные методы обучения, такие как метод ситуационного анализа и выполнение творческого задания (проекта), которые дают возможность студенту освоить профессиональные компетенции и проявить их в условиях, имитирующих профессиональную деятельность, и презентации, помогающие студентам овладеть навыками подачи информации, техникой публичного выступления, убеждения, умения отвечать на вопросы аудитории и выходить из затруднительных положений.

Особое значение для освоения теоретического материала и для приобретения и формирования умений и навыков имеет самостоятельная работа студентов, которая предусматривает изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовку к выполнению и защите

практических работ, выполнение и защиту рефератов (в том числе в виде презентаций) и творческого задания (проекта), подготовку к промежуточной аттестации – зачету.

Для самопроверки усвоения теоретического материала, подготовки к выполнению и защите практических занятий и сдаче зачета студентам предлагаются вопросы для самоконтроля.

Рекомендации по использованию методов активного / интерактивного обучения

Для повышения эффективности образовательного процесса и формирования активной личности студента важную роль играет такой принцип обучения как познавательная активность студентов. Целью такого обучения является не только освоение знаний, умений, навыков, но и формирование основополагающих качеств личности, что обуславливает необходимость использования методов активного / интерактивного обучения, без использования которых невозможно формирование специалиста, способного решать профессиональные задачи в современных рыночных условиях.

Для развития профессиональных навыков и личности студента по дисциплине «Рынок потребительских товаров» используются такие методы активного / интерактивного обучения как метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) и выполнение творческого задания (проекта), которые можно определить, как методы имитации принятия решений в различных ситуациях путем проигрывания вариантов по заданным условиям, и реферат (в том числе в форме презентации).

Ситуационные задачи и выполнение творческого задания (проекта) предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на предприятиях, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями. Решение ситуационных задач студентам

предлагается в конце практических занятий в завершении изучения определенной учебной темы, а сбор информации для выполнения творческого задания (проекта) проводится в торговых сетях г. Владивостока.

Знания, полученные на лекциях, должны стать основой для решения предлагаемых преподавателем ситуационных задач и выполнения творческого задания (проекта). Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять.

Таким образом, решение ситуационных задач и выполнение творческого задания (проекта) призвано вырабатывать следующие умения и навыки у студентов:

- работать с постоянно обновляющимся потоком информации;
- высказывать и отстаивать свою точку зрения четкой, уверенной и грамотной речью;
- вырабатывать собственное мнение на основе осмысления теоретических знаний и проведения экспериментальных исследований;
- самостоятельно принимать решения.

Технология выполнения ситуационных задач и творческого задания (проекта) включает в себя организацию самостоятельной работы обучающихся с консультационной поддержкой преподавателя. На этапе ознакомления с заданиями студент самостоятельно оценивает ситуацию, исследует теоретический материал, устанавливает ключевые факторы и проводит анализ проблем, изложенных в задании. Затем составляет план действий и оценивает возможности его реализации. По окончании самостоятельного анализа студент должен ответить на вопросы, выполнить задания и составить письменный отчет по данному заданию.

Работа в малых группах - одна из возможностей реализации обучения в группах – использование на занятиях метода малых групп. Метод малых групп, это самостоятельное изучение учащимися нового материала посредством сотрудничества в малых группах. Особенность деловой игры —

наличие ситуации или имитационной модели, которая представляет технологию производства каких-то работ (заключение договора, составление плана работы и т. д.).

Под *презентацией* понимается представление заинтересованной аудитории некоторой новой или малоизвестной информации. Данная технология помогает студентам овладеть навыками подачи информации, техникой публичного выступления, убеждения, умения отвечать на вопросы аудитории и выходить из затруднительных положений.

Использование презентаций в рамках изучения дисциплины «Рынок потребительских товаров» предполагает представление обучаемыми разработанных слайдов (PowerPoint), раздаточных иллюстративных материалов, прочих форм подачи информации, подготовленных в результате выполнения самостоятельной работы – написания реферата.

Необходимыми требованиями к презентации являются соблюдение временного регламента, содержательность, наглядное представление материала (раздаточный материал, презентация PowerPoint), стиль речи.

Рекомендации по работе с литературой

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студентам необходимо придерживаться определенной последовательности:

– при выборе литературного источника теоретического материала лучше исходить из основных понятий изучаемой темы курса, чтобы точно знать, что конкретно искать в том или ином издании;

– для усвоения и понимания материала следует читать не только имеющиеся в тексте определения и понятия, но и конкретные примеры;

– чтобы получить более объемные и системные представления по рассматриваемой теме необходимо просмотреть несколько литературных источников (возможно альтернативных);

– не следует конспектировать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не дает возможности осознать материал; необходимо

выделить и конспектировать только основные положения, определения и понятия, позволяющие выстроить логику ответа на изучаемые вопросы.

При работе с учебной и научной литературой принципиально важно принимать во внимание момент развития. Ощутимое отставание характерно и для многих публикаций, связанных с курсом. В связи с этим в рекомендуемой по курсу литературе студентам могут встречаться положения, которые уже не вполне отвечают новым тенденциям развития. В таких случаях следует, проявляя нужную критичность мысли, опираться не на устаревшие идеи того или другого издания, как бы авторитетно оно ни было, а на нормы, вытекающие из современных изданий, имеющих отношение к изучаемому вопросу.

Студент обязан знать не только рекомендуемую литературу, но и новые, существенно важные издания по курсу, вышедшие в свет после его публикации.

Рекомендации по подготовке к зачету

Подготовка к зачету и его результативность требует у студентов умения оптимально организовывать свое время. Идеально, если студент ознакомился с основными положениями, определениями и понятиями курса в процессе аудиторного изучения дисциплины. Тогда подготовка к зачету по контрольным вопросам позволит систематизировать изученный материал и глубже его усвоить.

Подготовку к зачету лучше начинать с распределения предложенных контрольных вопросов по темам курса. Затем необходимо выяснить наличие теоретических источников (конспекта лекций, учебников, учебных пособий).

При изучении материала следует выделять основные положения, определения и понятия, можно их конспектировать. Выделение опорных положений даст возможность систематизировать представления по дисциплине и, соответственно, результативнее подготовиться к зачету.

Студент в целях получения качественных и системных знаний должен начинать подготовку к зачету задолго до его проведения, лучше с самого начала лекционного курса.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Рынок потребительских товаров»:

- учебная аудитория с мультимедийным проектором и экраном;
- лаборатории кафедры товароведения и экспертизы товаров, оснащенные приборами и материалами для проведения идентификационной экспертизы продовольственных и непродовольственных товаров (аналитические и технические весы, конические и мерные колбы, цилиндры, термометры, химические реактивы и др.);
- нормативная и техническая документация (ТР ТС, ГОСТы, ТУ и др.);
- образцы продовольственных и непродовольственных товаров.

В читальных залах Научной библиотеки ДВФУ предусмотрены рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья, оснащены дисплеями и принтерами Брайля, оборудованные портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья все здания ДВФУ оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной системы.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**
по дисциплине «Рынок потребительских товаров»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение
профили «Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности»,
«Товарный менеджмент»

Форма подготовки очная / заочная

г. Владивосток
2017

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

| № п/п | Дата / сроки выполнения | Вид самостоятельной работы | Примерные нормы времени на выполнение | Форма контроля |
|--------------------------------------|----------------------------------|---|---------------------------------------|--------------------------------------|
| <i>Очная форма обучения</i> | | | | |
| 1. | В течении семестра | Выполнение творческого задания (проекта) | 20 | Защита творческого задания (проекта) |
| 2. | В течении семестра | Выполнение реферата (в том числе в форме презентаций) | 21 | Защита реферата (презентации) |
| 3. | В течение семестра | Подготовка к практическим занятиям | 24 | Устный опрос |
| 4. | В течение семестра | Написание курсовой работы | 25 | Защита курсовой работы |
| ИТОГО | | | 90 | |
| <i>Заочная форма обучения</i> | | | | |
| 1. | До начала экзаменационной сессии | Выполнение творческого задания (проекта) | 37 | Защита творческого задания (проекта) |
| 2. | До начала экзаменационной сессии | Выполнение реферата (в том числе в форме презентаций) | 38 | Защита реферата (презентации) |
| 3. | В течении семестра | Написание курсовой работы | 25 | Защита курсовой работы |
| 4. | В течение экзаменационной сессии | Подготовка к практическим занятиям | 24 | Устный опрос |
| 5. | В течение экзаменационной сессии | Подготовка к зачету | 4 | Тестирование |
| ИТОГО | | | 128 | |

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Особое значение для освоения теоретического материала и для приобретения и формирования умений и навыков имеет самостоятельная работа студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Рынок потребительских товаров» предусматривает изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовку к выполнению и защите практических работ, выполнение и защиту рефератов (в том числе в виде презентаций) и творческого задания (проекта), подготовку к промежуточной

аттестации – зачету.

Для самопроверки усвоения теоретического материала, подготовки к выполнению и защите практических занятий и сдаче зачета студентам предлагаются вопросы для самоконтроля.

Рекомендации по работе с литературой

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студентам необходимо придерживаться определенной последовательности:

- при выборе литературного источника теоретического материала лучше исходить из основных понятий изучаемой темы курса, чтобы точно знать, что конкретно искать в том или ином издании;

- для усвоения и понимания материала следует читать не только имеющиеся в тексте определения и понятия, но и конкретные примеры;

- чтобы получить более объемные и системные представления по рассматриваемой теме необходимо просмотреть несколько литературных источников (возможно альтернативных);

- не следует конспектировать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не дает возможности осознать материал; необходимо выделить и законспектировать только основные положения, определения и понятия, позволяющие выстроить логику ответа на изучаемые вопросы.

При работе с учебной и научной литературой принципиально важно принимать во внимание момент развития. Ощутимое отставание характерно и для многих публикаций, связанных с курсом. В связи с этим в рекомендуемой по курсу литературе студентам могут встречаться положения, которые уже не вполне отвечают новым тенденциям развития. В таких случаях следует, проявляя нужную критичность мысли, опираться не на устаревшие идеи того или другого издания, как бы авторитетно оно ни было, а на нормы, вытекающие из современных изданий, имеющих отношение к изучаемому вопросу.

Студент обязан знать не только рекомендуемую литературу, но и новые, существенно важные издания по курсу, вышедшие в свет после его публикации.

Методические указания

к выполнению творческого задания (проекта)

Выполнение творческого задания (проекта) дает возможность студентам освоить профессиональные компетенции и проявить их в условиях, имитирующих их профессиональную деятельность; получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на предприятиях, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Выполнение творческого задания (проекта) включает следующие этапы:

1. Изучение основного ассортимента однородных групп продовольственных или непродовольственных товаров, представленных на рынке г. Владивостока. Классификация товаров; выделение признаков, наиболее важных для идентификации выбранной группы товаров.

2. Сравнительная оценка ассортимента товаров отечественных и зарубежных производителей (на основании изучения потребительского рынка товаров) и выявление случаев их фальсификации (при отсутствии – прогноз возможных вариантов).

3. Проведение информационной идентификации образцов исследуемой группы потребительских товаров в соответствии с требованиями действующей нормативной документацией.

Сбор информации для выполнения творческого задания осуществляется в торговых сетях г. Владивостока (индивидуальное задание выдается группе студентов из 2-3 человек).

Порядок сдачи творческого задания (проекта) и его оценка

Творческое задание (проект) выполняется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по реализуемой дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

Результаты творческого задания (проекта) оформляются в виде презентации в программе *Power Point*, необходимыми требованиями к которой являются

соблюдение временного регламента, содержательность, наглядное представление материала (раздаточный материал, презентация PowerPoint), стиль речи.

При оценке творческого задания (проекта) учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с нормативными и техническими документами, знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования, владение профессиональной терминологией, ответы на поставленные вопросы, приведение примеров и/или пояснений, грамотность оформления проведенных исследований.

По результатам защиты творческого задания (проекта) студенту выставляется определенное количество баллов, которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Рекомендации к подготовке мультимедиа-презентаций

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора;
- следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) презентации; желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание;
- дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста;
- последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

1. Работа обучающегося над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить диспут.

2. Обучающийся в ходе работы по презентации доклада, отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.

3. Обучающийся в ходе работы по презентации доклада, отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.

4. Студент обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное время преподавателем и в установленный срок.

Критерии оценки творческого задания (проекта)

– 100-86 / 5 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет;

– 85-76 / 4 балла – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет;

– 75-61 / 3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы;

– 60-50 / 2 балла – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы.

Темы для выполнения творческого задания (проекта)

Вариант 1

1. Сегментация и рынок швейных изделий
2. Анализ рынка продуктов детского питания.

Вариант 2

1. Антиквариат как объект коммерции: понятие, состояние мирового и российского рынка.
2. Состояние и перспективы развития рынка продуктов функционального питания.

Вариант 3

1. Мировой рынок алмазов.
2. Анализ рынка кофе.

Вариант 4

1. Мировой рынок бриллиантов.
2. Анализ рынка чая.

Вариант 5

1. Состояние и анализ мирового рынка золота.
2. Анализ рынка безалкогольных напитков.

Вариант 6

1. Состояние и анализ рынка серебра.
2. Анализ рынка алкогольных напитков.

Вариант 7

1. Анализ российского рынка бизнес-сувениров.
2. Анализ рынка снеков.

Вариант 8

1. Анализ рынка часов.
2. Анализ рынка молока и молочных товаров.

Вариант 9

1. Состояние и анализ мирового рынка обуви.
2. Анализ рынка зерномучных товаров.

Вариант 10

1. Анализ рынка парфюмерно-косметических товаров.
2. Анализ рынка пива.

Вариант 11

1. Анализ рынка телевизоров.
2. Анализ рынка мяса и мясных товаров.

Вариант 12

1. Анализ рынка легковых автомобилей.
2. Анализ рынка рыбы и рыбных товаров.

Вариант 13

1. Анализ рынка игрушек.
2. Анализ рынка кондитерских товаров.

Вариант 14

1. Анализ рынка канцелярских товаров.
2. Анализ рынка шоколада.

Вариант 15

1. Анализ рынка мебели.
2. Анализ рынка плодоовощных товаров.

Вариант 16

1. Анализ рынка посуды из керамики.
2. Анализ рынка сыра.

Вариант 17

1. Анализ рынка цифровых фотоаппаратов.
2. Анализ рынка растительного масла.

Вариант 18

1. Анализ рынка средств гигиены полости рта.
2. Анализ рынка мороженого.

Вариант 19

1. Анализ рынка сотовых телефонов: состояние и перспективы развития.
2. Анализ рынка йогуртов.

Вариант 20

1. Рынок меховых товаров.
2. Анализ рынка табачных изделий.

Методические указания к выполнению реферата (в том числе в виде презентаций)

Цели и задачи реферата

Реферат (от лат. *refero* – докладываю, сообщаю) представляет собой краткое изложение проблемы практического или теоретического характера с формулировкой определенных выводов по рассматриваемой теме.

Целями написания реферата являются:

- развитие навыков краткого изложения материала с выделением самых существенных моментов, необходимых для раскрытия сути проблемы;
- развитие навыков анализа изученного материала и формулирования собственных выводов по выбранному вопросу в письменной форме, научным, грамотным языком.

Задачами написания реферата являются:

- научить студента максимально верно передать мнения авторов, на основе работ которых студент пишет свой реферат;
- подготовить студента к дальнейшему участию в научно-практических конференциях, семинарах и конкурсах;
- помочь студенту определиться с интересующей его темой, дальнейшее раскрытие которой возможно осуществить при написании выпускной квалификационной работы.

Основные требования к содержанию реферата

Реферат должен быть написан каждым студентом самостоятельно. Студент должен использовать только те литературные источники (научные статьи, монографии, пособия и т.д.), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Оглавление должно четко отражать основное содержание работы и обеспечивать последовательность изложения. Студенту

необходимо строго придерживаться логики изложения – начинать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы. Работа должна быть достаточно краткой, но раскрывающей все вопросы содержания и тему.

По своей структуре реферат должен иметь титульный лист, оглавление, введение (где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию), основной текст (где последовательно раскрывается избранная тема), заключение (где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста работы), список использованных источников (10-15 наименований). В список использованных источников вносятся не только источники, на которые студент ссылается при подготовке реферата, но и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Оформление реферата осуществляется в соответствии с Требованиями к оформлению письменных работ, выполняемых студентами и слушателями ДВФУ (2011 г.) или Методическими указаниями ШЭМ ДВФУ по выполнению и оформлению выпускных квалификационных и курсовых работ (сост. В.В. Лихачева, А.Б. Косолапов, Г.М. Сысоева, Е.П. Володарская, Е.С. Фищенко. – Владивосток: Издательский дом Дальневост. федерал. ун-та, 2014. – 43 с.).

Необходимыми требованиями к презентации являются соблюдение временного регламента, содержательность, наглядное представление материала (раздаточный материал, презентация PowerPoint), стиль речи.

Порядок сдачи реферата и его оценка

Реферат (в том числе в виде презентаций) выполняется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по реализуемой дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

При оценке реферата (в том числе в виде презентаций) учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой и нормативными и техническими документами, логически мыслить, владеть профессиональной терминологией, грамотность оформления.

По результатам проверки реферата или его защиты в виде презентации студенту выставляется определенное количество баллов, которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Критерии оценки реферата

– 100-86 / 5 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно;

– 85-76 / 4 балла – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы;

– 75-61 / 3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

– 60-50 / 2 балла – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки реферата в виде презентации

– 100-86 / 5 баллов – проблема раскрыта полностью, проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы, представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений;

– 85-76 / 4 балла – проблема раскрыта, проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов. Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации. Ответы на вопросы полные и/или частично полные;

– 75-61 / 3 балла – проблема раскрыта не полностью, выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина. Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации. Только ответы на элементарные вопросы;

– 60-50 / 2 балла – проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы. Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины. Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации. Нет ответов на вопросы.

Тематика рефератов

Состояние и перспективы развития современного мирового и российского рынка:

1. одежды;
2. меховых товаров;
3. крупной бытовой техники (холодильников, стиральных машин и др.);

4. мебели (бытовой, офисной, для кухни);
5. мелкой бытовой техники;
6. канцелярских товаров;
7. товаров детского ассортимента;
8. одной из групп строительных товаров;
9. одной из групп товаров для занятий спорта;
10. зерномучных товаров (одна группа);
11. тропических и субтропических плодов;
12. диетических эмульсионных продуктов питания;
13. функциональных продуктов питания;
14. продуктов детского питания;
15. грибов;
16. морепродуктов.

Вопросы для самоконтроля

Вопросы для самоконтроля предназначены для самопроверки студентом усвоения теоретического материала, подготовки к выполнению и защите практических работ и сдаче зачета.

1. Теории и концепции региональных рынков.
2. Место региональных рынков в воспроизводственном процессе.
3. Необходимые условия развития конкурентной среды на региональных рынках.
4. Хозяйствующие субъекты региональных рынков.
5. Малый бизнес и его роль в формировании региональной конкурентной среды.
6. Экономическая сущность рыночной инфраструктуры, ее роль в экономике региона.
7. Состав и классификация рыночной инфраструктуры региона.

8. Взаимодействие различных типов рынков в экономике региона: рынок средств производства, финансовый рынок, рынок недвижимости, рынок труда; их структура и особенности.

9. Роль потребительского рынка в экономике региона.

10. Рынок продовольственных товаров; субъекты рынка, факторы развития.

11. Рынок непродовольственных товаров; субъекты рынка, факторы и тенденции развития.

12. Рынок потребительских услуг; структура, тенденции развития.

13. Межрегиональные связи региональных рынков.

14. Внешнеэкономическая деятельность на региональных рынках; процесс регионализации ВЭД.

15. Особые экономические зоны и их роль в формировании региональных рынков.

16. Формы и методы регулирования региональных рыночных процессов.

17. Согласование экономических интересов субъектов региональных рынков.

18. Виды регулирования на региональных рынках: антимонопольное, денежно-кредитное, налоговое, контрольно-нормативное.

19. Роль коммерческой информации в развитии регионального рынка товаров и услуг.

20. Управление развитием инфраструктуры региональных рынков.

Методические рекомендации по написанию курсовой работы

1. Цели и задачи курсовой работы

Курсовая работа (КР) - одна из форм самостоятельной работы студентов, выполняемая под руководством преподавателя.

Целью курсовой работы является систематизация и закрепление теоретических и методологических знаний, приобретение навыков

аналитического мышления, самостоятельной творческой работы над проблемами, расширение и углубление профессиональных знаний студентов.

При выполнении курсовой работы студент должен показать умение самостоятельно подбирать, анализировать и обобщать теоретический материал, увязывать его с практическими данными экспериментально-научных исследований, учитывать взаимосвязь социальных, математических и общенаучных дисциплин с решением практических задач, стоящих перед различными отраслями экономики, формулировать выводы и вносить предложения по совершенствованию таможенной экспертизы.

2. Основные требования к выполнению курсовой работы

Курсовая работа требует глубокого и творческого изучения литературы по выбранной теме, предполагает элементы самостоятельного подхода к анализу таможенной экспертизы. Курсовая работа выполняется в соответствии с планом, отражающим логическую последовательность изложения выбранной темы.

Руководитель корректирует план курсовой работы, оказывает помощь в подборе литературы, фактического материала, выборе методики его обработки, обобщения, систематизации и включения в содержание работы, контролирует сроки выполнения всей работы в целом.

При изложении текста курсовой работы не допускается дословное переписывание литературных источников. Использование цитат, фактов, заимствований оформляется с помощью библиографических ссылок.

Важным требованием к курсовой работе является не пассивное использование цифр и фактов, а их анализ, сопоставление, систематизация, самостоятельное составление таблиц, диаграмм, рисунков и на этой основе выявление тенденций в развитии тех или иных процессов.

Руководитель проверяет качество предоставляемой работы, составляет отзыв о ней и принимает решение о допуске к защите или необходимости дополнить, углубить исследование.

3. Структура и содержание курсовой работы

Структура курсовой работы: титульный лист, оглавление, введение, основная часть, заключение, список использованных источников.

Титульный лист.

Оглавление включает точное название всех составных частей работы с указанием страниц, на которых они помещены. Введение, заключение и список использованных источников не нумеруются как разделы, но в перечень оглавления входят.

Введение должно содержать оценку современного состояния решаемой проблемы, основание и исходные данные для разработки темы, обоснование необходимости проведения исследования. Во введении необходимо отразить актуальность и новизну темы, а также указать цель и задачи, поставленные перед студентом. Объем введения курсовой работы должен составлять не более 2-3 страниц текста.

В основной части работы приводят данные, отражающие сущность, методику и основные результаты выполненной работы, предусматривается изложение теории вопроса, его практическое исследование и рекомендательная часть. Каждая часть имеет свое название, которое выносится в Оглавление.

В теоретической части работы раскрывается сущность и проблемы логистического управления, дается краткая характеристика степени проработанности отдельных аспектов проблемы, отмечаются нерешенные задачи, приводятся различные позиции авторов, приводится их сравнительная оценка, формулируется собственное мнение студента. При освещении различных точек зрения необходимы ссылки на авторов и источники. Ссылки на мнение различных авторов и источники цифровой информации говорят о корректности автора и глубине проработки материала. Круг литературных источников обусловлен степенью изученности темы, но в любом случае он должен быть достаточен для полного, всестороннего освещения темы в соответствии с заданием работы.

Аналитическая часть работы выполняется на базе статистической информации, собранной студентом самостоятельно. Кроме того, следует использовать официальные материалы Госкомстата, различные прогнозные, законодательные, нормативно-инструктивные данные. В ходе работы над КР студент должен провести соответствующие исследования для выявления интересующих его данных, всесторонне проанализировать и обобщить опыт решаемой проблемы, выявить положительные и отрицательные стороны, вскрыть и обосновать изучаемые проблемы и дать оценку существующему положению дел.

При анализе в обязательном порядке следует использовать различные способы представления результатов: таблицы, графики, чертежи, схемы и диаграммы, которые дают наглядное представление об изучаемом процессе и о степени влияния отдельных факторов. По результатам проведенного анализа должны быть сделаны конкретные выводы. Желательно рассматривать показатели в динамике за несколько лет (минимум 3 года). Студент обрабатывает имеющуюся информацию с помощью экономико-математических и статистических методов. Исходная информация и громоздкие расчеты помещаются в приложении, а результаты и комментарии к ним - в основной части работы.

Работы описательного характера, без предоставления практических данных, связанных с деятельностью конкретного предприятия в соответствии с темой исследования, не проверяются и к защите не допускаются.

Третья (рекомендательная) часть курсовой работы является логическим продолжением и завершением предыдущего исследования проблемы и ее анализа. На основе выявленных во второй части проблем, разрабатываются и предлагаются основные пути и направления их решения, формулируются конкретные предложения по совершенствованию деятельности предприятия по заданной теме. Предложения могут быть как организационного, экономического, так и научного характера. Последние предполагают апробацию научных методов для решения тех или иных проблем.

Желательно произвести соответствующие расчеты по выбору оптимальных вариантов решения той или иной проблемы, предложить критерии оценки эффективности проведения таможенной экспертизы.

Итоговой частью работы является Заключение. В нем в сжатой форме приводятся основные выводы, полученные в ходе анализа состояния проблемы, а также формулируются рекомендации и предложения, направленные на совершенствование таможенной экспертизы в соответствии с проведенными исследованиями и темой курсовой работы.

В список использованных источников включаются все нормативные документы, учебники, монографии, справочники, статьи из газет и журналов и другие материалы, которые были изучены при написании курсовой работы.

В качестве литературных источников, позволяющих отразить в работе теорию вопроса, используются монографии, научные статьи, экономические обзоры, отраслевые и общезкономические журналы и газеты.

Количество источников в списке для КР работы должно быть не менее 25.

Библиографическое описание источников оформляется согласно ГОСТ Р 7.0.5-2008 и включает основные сведения о документах: фамилию и инициалы автора (ов), заглавие книги, место издания, издательство, год издания, количество страниц.

Тематика курсовых работ

1. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка обуви и одежды, основные тенденции его развития

2. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка культурнобытовых товаров, основные тенденции его развития.

3. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка электробытовых товаров, основные тенденции его развития.

4. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка автомобилей, основные тенденции его развития. Современные

тенденции в развитии ассортимента и качества автомобилей.

5. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка сотовых телефонов, основные тенденции его развития. Современные тенденции в развитии ассортимента и качества сотовых телефонов.

6. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка компьютерной техники, основные тенденции его развития. Современные тенденции в развитии ассортимента и качества компьютерной техники.

7. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка канцелярских товаров, основные тенденции его развития.

8. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка парфюмерно-косметических товаров, основные тенденции его развития.

9. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка ювелирных товаров, основные тенденции его развития.

10. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка строительных товаров, основные тенденции его развития

11. Понятие рынка потребительских товаров.

12. Классификация рынков.

13. Виды рыночного спроса.

14. Составные элементы исследования рынка.

15. Конъюнктура товарного рынка.

16. Оценка емкости рынка.

17. Состояние рынка пива.

18. Состояние рынка соевых соусов.

19. Состояние рынка мёда.

Критерии оценки:

– 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно

определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно;

– 85-76 - баллов – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы;

– 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине Рынок потребительских товаров

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение
профили «Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности»,
«Товарный менеджмент»

г. Владивосток
2017

Паспорт фонда оценочных средств

| Код и формулировка компетенции | Этапы формирования компетенции | |
|---|--------------------------------|--|
| ПК-8 знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество | Знает | структуру ассортимента, способную удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя |
| | Умеет | анализировать ассортиментную политику предприятия |
| | Владеет | методами количественной и качественной оценки качества новой продукции |

| № п/п | Контролируемые темы дисциплины | Коды и этапы формирования компетенций | Оценочные средства | | |
|-------|---|---------------------------------------|--------------------|---|---|
| | | | текущий контроль | промежуточная аттестация | |
| 2. | Раздел I. Формирование и регулирование рынка потребительских товаров на современном этапе (6/3 час.) Раздел II. Законодательство и нормативные документы, регулирующие рынок потребительских товаров в России Раздел III. Тенденции развития российского и мирового рынка продовольственных товаров на современном этапе Раздел IV. Тенденции развития российского и мирового рынка непродовольственных товаров на современном этапе | ПК-8 | знает | Собеседование (УО-1) Практическая работа (ПР-6) | Собеседование (УО-1), вопросы к зачету: 1-35 |
| | | | умеет | Практическая работа (ПР-6) Ситуационные задачи (ПР-11) Курсовая работа (ПР-5) | Собеседование (УО-1), вопросы к зачету: 1-35 |
| | | | владеет | Практическая работа (ПР-6) Ситуационные задачи (ПР-11) Курсовая работа (ПР-5) | Собеседование (УО-1), вопросы к зачету: 1-35 |

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

| Код и формулировка компетенции | Этапы формирования компетенции | | Критерии | Показатели |
|---|--------------------------------|--|---|--|
| ПК-8 знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, | знает (пороговый уровень) | структуру ассортимента, способную удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя | знание комплекса товароведных характеристик товаров | – способность перечислить признаки, положенные в основу классификации товаров; – способность назвать и охарактеризовать ассортимент товаров, факторы, его |

| | | | | |
|---------------------------------------|---------------------|--|--|---|
| формирующих и сохраняющих их качество | | | | <p>формирующие;</p> <ul style="list-style-type: none"> – способность дать классификацию и номенклатуру потребительских свойств товаров; – способность перечислить показатели потребительских свойств товаров, их назначение; – способность перечислить и охарактеризовать факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров на всех этапах их жизненного цикла |
| | умеет (продвинутый) | анализировать ассортиментную политику предприятия | умение анализировать ситуацию и самостоятельно определять товароведные характеристики товаров | <ul style="list-style-type: none"> – способность анализировать ассортимент товаров и управлять им; – способность перечислить и охарактеризовать признаки ассортиментной принадлежности товаров; – способность грамотно описывать потребительские свойства товаров и формировать их номенклатуру; – способность анализировать факторы и устанавливать закономерности, определяющие качество товаров |
| | владеет (высокий) | методами количественной и качественной оценки качества новой продукции | владение способами, методами и средствами определения и сохранения товароведных характеристик товаров, навыками разработки мероприятий, направленных на обеспечение качества товаров и их сохранение | <ul style="list-style-type: none"> – способность владеть методами определения эффективной структуры ассортимента товаров и его оптимизации; – способность систематизировать и обобщать информацию о потребительских свойствах товаров; – способность владеть методами и средствами анализа влияния сырья и материалов, технологии производства, упаковки и хранения на качество товаров; – способность владеть инновационными способами сохранения качества товаров |

Зачетно-экзаменационные материалы

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету (для собеседования)

1. Рыночное равновесие спроса и предложения. Равновесная цена
2. Стимулирование продаж
3. Предложение. Величина предложения. Закон предложения
4. Политика сбыта
5. Эластичность спроса и предложения
6. Формы жизненного цикла товаров и их характеристики
7. Факторы, влияющие на размер, структуру и стимулирование спроса
8. Функции цены
9. Величина спроса, закон спроса
10. Виды цен в зависимости от сферы торговли и способов регулирования
11. Подходы и методы изучения рынков
12. Сегментация позиционирования товара
13. Понятие спроса, виды спроса
14. Подходы к ценообразованию
15. Классификация потребителей (американская, европейская)
16. Факторы, влияющие на стратегию ценообразования
17. Факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей
18. Политика ценообразования (цель, задачи, тактика)
19. Методы изучения социальных классов
20. Позиционирование товара
21. Понятие и основные стадии жизненного цикла товаров
22. Виды торговых посредников
23. Виды рынков
24. Товарная политика
25. Сегментация рынков

26. Элементы внутренней и внешней среды товародвижения, каналы товародвижения

27. Рынок: условия функционирования, функции рынка

28. Факторы формирования товарного ассортимента

29. Элементы рыночной экономики

30. Ассортиментная политика

31. Конкурентоспособность продукции, факторы и методы определения

32. Управление ассортиментом

33. Определение понятий: сырье, материалы, продукция, товар.

Классификационные признаки товара

34. Конъюнктура рынка, конъюнктурные обзоры, конъюнктурные справки

35. Состояние и перспективы развития современного мирового и российского рынка:

1. кожаной обуви.

2. одежды.

3. трикотажных изделий.

4. текстильных изделий.

5. меховых товаров.

6. товаров культурно-бытового назначения.

7. товаров хозяйственного назначения.

8. электробытовых товаров.

9. посуды из стекла и керамики.

10. металлической посуды.

11. цифровых фотоаппаратов.

12. цифровых видеокамер.

13. бытовой мебели.

14. офисной мебели.

15. автомобилей.

16. сотовых телефонов.
17. компьютерной техники.
18. канцелярских товаров.
19. парфюмерно-косметических товаров.
20. ювелирных товаров.
21. драгоценных металлов.
22. алмазов.
23. строительных материалов.
24. услуг.
25. товаров для занятия спортом.
26. сахара.
27. сахаристых кондитерских изделий.
28. молока и молочных товаров.
29. мяса и мясопродуктов.
30. колбасных изделий.
31. рыбы и рыбопродуктов.
32. макаронных изделий.
33. зерна и продуктов его переработки.
34. плодоовощных товаров.
35. алкогольных товаров.
36. водки и ликероводочных изделий.
37. вина виноградного.
38. пива.
39. минеральной воды.
40. безалкогольных напитков.
41. чая.
42. кофе.
43. масла растительного.
44. пряностей и приправ.
45. шоколада.

46. мучных кондитерских изделий.
47. животных жиров.
48. сыра.
49. продуктов детского питания.
50. функциональных продуктов питания.

Оценочные средства для текущей аттестации

Вопросы для собеседования по дисциплине

«Рынок потребительских товаров»

Вопросы для самоконтроля предназначены для самопроверки студентом усвоения теоретического материала, подготовки к выполнению и защите практических работ и сдаче зачета.

1. Теории и концепции региональных рынков.
2. Место региональных рынков в воспроизводственном процессе.
3. Необходимые условия развития конкурентной среды на региональных рынках.
4. Хозяйствующие субъекты региональных рынков.
5. Малый бизнес и его роль в формировании региональной конкурентной среды.
6. Экономическая сущность рыночной инфраструктуры, ее роль в экономике региона.
7. Состав и классификация рыночной инфраструктуры региона.
8. Взаимодействие различных типов рынков в экономике региона: рынок средств производства, финансовый рынок, рынок недвижимости, рынок труда; их структура и особенности.
9. Роль потребительского рынка в экономике региона.
10. Рынок продовольственных товаров; субъекты рынка, факторы развития.
11. Рынок непродовольственных товаров; субъекты рынка, факторы и тенденции развития.

12. Рынок потребительских услуг; структура, тенденции развития.
13. Межрегиональные связи региональных рынков.
14. Внешнеэкономическая деятельность на региональных рынках; процесс регионализации ВЭД.
15. Особые экономические зоны и их роль в формировании региональных рынков.
16. Формы и методы регулирования региональных рыночных процессов.
17. Согласование экономических интересов субъектов региональных рынков.
18. Виды регулирования на региональных рынках: антимонопольное, денежно-кредитное, налоговое, контрольно-нормативное.
19. Роль коммерческой информации в развитии регионального рынка товаров и услуг.
20. Управление развитием инфраструктуры региональных рынков.

Критерии оценки:

– 100-86 / 5 баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области;

– 85-76 / 4 балла – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе;

– 75-61 / 3 балла – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области;

– 60-50 / 2 балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Тематика практических занятий по дисциплине

«Рынок потребительских товаров»

Занятие 1. Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на потребительском рынке (5/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (5/4 час.)

1. Рассчитать конкурентоспособность потребительских товаров российского и зарубежного производителя. Группу товаров выбрать самостоятельно. Объяснить полученные результаты.

2. Осуществить методом экспертных оценок выбор поставщика продовольственных и/или непродовольственных товаров для розничного торгового предприятия. Коэффициенты весомости факторов определить

методом прямой балльной оценки. Шкалу оценки и тип розничного торгового предприятия выбрать самостоятельно.

Занятие 2. Рынок зерна и продуктов его переработки (4/0 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (4/0 час.)

1. Изучить основные товарные признаки классификации зерна. Выделить признаки наиболее важные для сегментации рынка зерна и продуктов его переработки.

2. Провести сравнительную оценку ассортимента зерномучных товаров отечественных и зарубежных производителей.

Занятие 3. Рынок напитков (4/0 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (4/0 час.)

Занятие проводится в виде дискуссии.

1. Выделить основные товарные признаки напитков. Провести классификацию ассортимента и сегментацию рынка по наиболее важным признакам.

2. Привести сравнительную оценку ассортимента напитков отечественного и импортного производства. Обеспеченность населения этими товарами в мире и в России.

Занятие 4. Рынок мяса и мясопродуктов (4/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (4/0 час.)

Занятие проводится в виде дискуссии.

1. Изучить основные товарные признаки классификации мяса и мясопродуктов. Выявить наиболее важные признаки для сегментации рынка.

2. Провести сегментацию производства мяса по отдельным видам и регионам.

Занятие 5. Рынок жиров (4/0 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (4/0 час.)

1. Изучить основные товарные признаки жировых товаров. Выделить признаки, наиболее важные для сегментации рынка жировых товаров.

2. Произвести сегментацию рынка жировых товаров по наиболее важным признакам. Отметить основных отечественных и зарубежных экспортеров.

Занятие 6. Рынок обувных товаров (выездное занятие) (5/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (5/0 час.)

1. Изучить основные товарные признаки кожаной обуви. Провести классификацию бытовой кожаной обуви. Выделить признаки, наиболее важные для сегментации рынка обуви и провести ее.

2. На основании предварительного изучения рынка привести сравнительную оценку ассортимента обуви одного ценового сегмента отечественных и зарубежных производителей.

Занятие 7. Рынок текстильных товаров и одежды (5/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (5/0 час.)

Занятие проводится в виде дискуссии.

1. Изучить основные товарные признаки текстильных товаров. Выделить признаки, наиболее важные для сегментации рынка текстильных товаров. Провести сегментацию отдельных групп текстильных изделий (группа определяется преподавателем).

2. На основании предварительного изучения рынка привести сравнительную оценку ассортимента одежды по разным признакам (группам, видам, полу и возрасту потребителей, сезонному и целевому назначению и др.).

Занятие 8. Рынок парфюмерно-косметических товаров (5/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), работа в малых группах (5/0 час.)

Занятие проводится в виде дискуссии.

1. Выделить основные товарные признаки парфюмерно-косметических изделий. Провести классификацию и сегментацию одной из групп косметических товаров (средств для ухода за кожей, декоративной косметики, средств для ухода за волосами и др.) по основным признакам.

2. На основании анализа литературных источников составить перспективный прогноз развития мирового и российского рынка парфюмерии и косметики на ближайшие 1-2 года (каждая группа студентов из 2-3 человек получает от преподавателя индивидуальное задание).

Критерии оценки:

– 100-86 / 5 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные нормативных и технических документов. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно;

– 85-76 / 4 балла – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации

приводятся данные нормативных и технических документов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы;

– 75-61 / 3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены нормативные и технические документы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

– 60-50 / 2 балла – если работа представляет собой полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

**Темы для выполнения творческого задания (проекта) по дисциплине
«Рынок потребительских товаров»**

Вариант 1

1. Сегментация и рынок швейных изделий
2. Анализ рынка продуктов детского питания.

Вариант 2

1. Антиквариат как объект коммерции: понятие, состояние мирового и российского рынка.
2. Состояние и перспективы развития рынка продуктов функционального питания.

Вариант 3

1. Мировой рынок алмазов.
2. Анализ рынка кофе.

Вариант 4

1. Мировой рынок бриллиантов.
2. Анализ рынка чая.

Вариант 5

1. Состояние и анализ мирового рынка золота.
2. Анализ рынка безалкогольных напитков.

Вариант 6

1. Состояние и анализ рынка серебра.
2. Анализ рынка алкогольных напитков.

Вариант 7

1. Анализ российского рынка бизнес-сувениров.
2. Анализ рынка снеков.

Вариант 8

1. Анализ рынка часов.
2. Анализ рынка молока и молочных товаров.

Вариант 9

1. Состояние и анализ мирового рынка обуви.
2. Анализ рынка зерномучных товаров.

Вариант 10

1. Анализ рынка парфюмерно-косметических товаров.
2. Анализ рынка пива.

Вариант 11

1. Анализ рынка телевизоров.
2. Анализ рынка мяса и мясных товаров.

Вариант 12

1. Анализ рынка легковых автомобилей.
2. Анализ рынка рыбы и рыбных товаров.

Вариант 13

1. Анализ рынка игрушек.
2. Анализ рынка кондитерских товаров.

Вариант 14

1. Анализ рынка канцелярских товаров.
2. Анализ рынка шоколада.

Вариант 15

1. Анализ рынка мебели.
2. Анализ рынка плодоовощных товаров.

Вариант 16

1. Анализ рынка посуды из керамики.
2. Анализ рынка сыра.

Вариант 17

1. Анализ рынка цифровых фотоаппаратов.
2. Анализ рынка растительного масла.

Вариант 18

1. Анализ рынка средств гигиены полости рта.
2. Анализ рынка мороженого.

Вариант 19

1. Анализ рынка сотовых телефонов: состояние и перспективы развития.
2. Анализ рынка йогуртов.

Вариант 20

1. Рынок меховых товаров.
2. Анализ рынка табачных изделий.

Критерии оценки:

– 100-86 / 5 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой

области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет;

– 85-76 / 4 балла – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет;

– 75-61 / 3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы;

– 60-50 / 2 балла – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы.

Тематика рефератов по дисциплине «Рынок потребительских товаров»

Состояние и перспективы развития современного мирового и российского рынка:

1. одежды;
2. меховых товаров;
3. крупной бытовой техники (холодильников, стиральных машин и др.);
4. мебели (бытовой, офисной, для кухни);
5. мелкой бытовой техники;
6. канцелярских товаров;
7. товаров детского ассортимента;
8. одной из групп строительных товаров;

9. одной из групп товаров для занятий спорта;
10. зерномучных товаров (одна группа);
11. тропических и субтропических плодов;
12. диетических эмульсионных продуктов питания;
13. функциональных продуктов питания;
14. продуктов детского питания;
15. грибов;
16. морепродуктов.

Критерии оценки реферата:

– 100-86 / 5 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно;

– 85-76 / 4 балла – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы;

– 75-61 / 3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок

в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

– 60-50 / 2 балла – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки реферата в виде презентации:

– 100-86 / 5 баллов – проблема раскрыта полностью, проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы, представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений;

– 85-76 / 4 балла – проблема раскрыта, проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов. Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации. Ответы на вопросы полные и/или частично полные;

– 75-61 / 3 балла – проблема раскрыта не полностью, выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина. Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации. Только ответы на элементарные вопросы;

– 60-50 / 2 балла – проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы. Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины. Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации. Нет ответов на вопросы.

Тематика курсовых работ

1. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка обуви и одежды, основные тенденции его развития
2. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка культурнобытовых товаров, основные тенденции его развития.
3. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка электробытовых товаров, основные тенденции его развития.
4. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка автомобилей, основные тенденции его развития. Современные тенденции в развитии ассортимента и качества автомобилей.
5. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка сотовых телефонов, основные тенденции его развития. Современные тенденции в развитии ассортимента и качества сотовых телефонов.
6. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка компьютерной техники, основные тенденции его развития. Современные тенденции в развитии ассортимента и качества компьютерной техники.
7. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка канцелярских товаров, основные тенденции его развития.
8. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка парфюмерно-косметических товаров, основные тенденции его развития.
9. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка ювелирных товаров, основные тенденции его развития.
10. Анализ состояния мирового и отечественного потребительского рынка строительных товаров, основные тенденции его развития
11. Понятие рынка потребительских товаров.
12. Классификация рынков.
13. Виды рыночного спроса.

14. Составные элементы исследования рынка.
15. Конъюнктура товарного рынка.
16. Оценка емкости рынка.
17. Состояние рынка пива.
18. Состояние рынка соевых соусов.
19. Состояние рынка мёда.

Критерии оценки:

– 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно;

– 85-76 - баллов – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы;

– 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было

комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Рынок потребительских товаров» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Рынок потребительских товаров» проводится в форме контрольных мероприятий (собеседование, выполнение практических работ, решение ситуационных задач, выполнение творческого задания (проекта), написание рефератов (в том числе в виде презентаций) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний (собеседование);
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (выполнение практических работ, решение ситуационных задач);
- результаты самостоятельной работы (выполнение творческого задания (проекта) и рефератов (в том числе в виде презентаций)).

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Рынок потребительских товаров» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

По дисциплине «Рынок потребительских товаров» предусмотрен зачет в виде собеседования.

Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства. В результате посещения лекций, выполнения и защиты практических занятий и заданий, предусмотренных для самостоятельной работы, студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает вопросы, предназначенные для подготовки к промежуточной аттестации (зачету). Оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации, а также критерии их оценки представлены в соответствующих структурных элементах Фонда оценочных средств.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете по дисциплине
«Рынок потребительских товаров»**

| Баллы (рейтинговой оценки) | Оценка зачета (стандартная) | Требования к сформированным компетенциям |
|---|--|--|
| 86-100 | «зачтено» | Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. |
| 85-76 | «зачтено» | Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. |
| 75-61 | «зачтено» | Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ. |

| | | |
|------|--------------|---|
| 60-0 | «не зачтено» | Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. |
|------|--------------|---|

Оценочные средства для проверки сформированности компетенций

| Код и формулировка компетенций | Задание |
|---|-------------|
| ПК-8 знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество | Решить тест |

1. На потребительском рынке действует классификация:

- А) общегосударственная
- Б) общероссийская
- В) общенациональная

2. Рынок потребительских товаров состоит из:

- А) рынка продовольственных и непродовольственных товаров;
- Б) потребителей и потребляемых товаров;
- В) производителей товаров, коммерсантов и потребителей;
- Г) физических и юридических лиц;

3. В основу классификации обуви положены следующие признаки:

- А) назначения;
- Б) половозрастные характеристики;
- В) степень натуральности сырья;
- Г) цвет
- Д) высота каблука;

4. Рациональные нормы потребления обуви учитывают:

- А) возрастные особенности;
- Б) климатические условия проживания;

- В) уровень доходов;
- Г) срок эксплуатации;
- Д) активность ухода за обувью при носке.

5. В сегментации обуви учитываются признаки:

- А) анатомического строения стопы;
- Б) цены;
- В) степень соответствия моде;
- Г) места продажи обуви

6. При формировании товарной политики розничная торговля учитывает:

- А) платежеспособность обслуживаемого сегмента;
- Б) Соответствие стилю и моде;
- В) степень удаленности потребителя от производителя;
- Г) известность торговой марки.

7. В классификации текстильных товаров учитываются:

- А) торговая марка изготовителя;
- Б) вид используемого сырья;
- В) толщина ткани;
- Г) цвет ткани;

8. На отечественном рынке одежды преобладают:

- А) товары отечественного производителя;
- Б) товары зарубежных производителей;
- В) контрафактная продукция.

9. Активность развития рынка текстиля и одежды зависит от:

- А) степени государственной поддержки отрасли;
- Б) инвестиций и заинтересованности бизнеса;
- В) уровня спроса на определенные товарные группы;
- Г) Платежеспособности населения;
- Д) Желания покупателя пополнить или обнести гардероб.

10. Культурно-бытовые товары предназначены для:

- А) улучшения социальных условий;
- Б) для повышения уровня культуры и информированности граждан страны;
- В) для красоты интерьера.

11. Обеспеченность культурно-бытовыми товарами по регионам мира зависит от:

- А) национальных обычаев;
- Б) от уровня доходов населения;
- В) от уровня культуры жителей страны;
- Г) от климатических условий.

12. Обеспеченность хозяйственно-бытовыми товарами россиян зависит от:

- А) развитости торговой сети;
- Б) платежеспособности населения;
- В) нежелания что-либо менять в укладе жизни;
- Г) от возможности длительной эксплуатации;
- Д) развитости сервисных и ремонтных услуг.

13. согласно классификации, мыло следует отнести к:

- А) товарам бытовой химии;
- Б) парфюмерно-косметическим товарам;
- В) санитарно-гигиеническим средствам.

14. Парфюмерно-косметические товары имеют значимость:

- А) социальную;
- Б) экономическую;
- В) историческую;
- Г) декоративную.

15. Духи согласно классификации, следует отнести:

- А) к товарам бытовой химии;
- Б) к парфюмерным товарам;

В) к косметическим товарам;

Г) к ароматическим товарам.

16. Проба золотых ювелирных изделий зависит:

А) от вида применяемых сплавов;

Б) от веса золота в 1 кг;

В) от месторождения используемого золота.

17. В классификации ювелирных изделий учитывается степень драгоценности камней

А) используется проба и вид металла;

Б) назначение ювелирного изделия;

В) натуральность камня;

Г) вес изделия;

Д) известность торговой марки производителя.

18. Конкуренентоспособность товара со временем как изменяется:

А) остается стабильной;

Б) увеличивается;

В) снижается.

19. Критерием конкурентоспособности товаров следует считать:

А) известность торговой марки производителя товара;

Б) уровень качества товара;

В) доступная цена;

Г) броский дизайн товара.

20. При оценке уровня качества товара определяются:

А) техническая новизна;

Б) время пребывания товара на рынке;

В) новизна технологии комплектующих или получения сырья;

Г) экономичность, экологичность;

Д) уровень спроса на товар.