МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан *Соболева О. Н.*

_____

Номер регистрации
РПД_3-38.03.02.04_2018_93543
Актуализировано: 25.03.2021

Рабочая программа дисциплины
Потребительские рынки

наименование дисциплины

Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02 шифр
	Менеджмент МиС наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.04 шифр
	Маркетинг наименование
Формы обучения	Очная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование

Киров, 2018 г.

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Кислицына Валентина Васильевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Овладение слушателями программы теоретико-методологических основами и практическими навыками в области маркетинга в потребительской сфере
Задачи дисциплины	1. Выработать представление о теории и практике, содержании и ключевых инструментах маркетинга в потребительской сфере 2. Сформировать знания по организации и управлению процессами реализации основных принципов маркетинга в потребительской сфере 3. Сформировать практические умения и навыки в сфере разработки и реализации управленческих решений в рамках реализации маркетинга потребительских товаров и услуг путем использования классических принципов маркетинга, адаптированных к потребительской сфере. 4. Сформировать владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности 5. Выработать умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ПК-1

владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры		
Знает	Умеет	Владеет
основные теории мотивации, поведения потребителей, лидерства и власти, принципы групповой динамики; принципы формирования команды для решения маркетинговых стратегических и оперативных управленческих проектов, маркетинговые коммуникации в организационной культуре	организовывать работу команды маркетингового проекта, проводить аудит человеческих ресурсов при организации маркетинговых коммуникаций в проекте; осуществлять диагностику организационной и маркетинговой культуры	навыками использования основных теорий мотивации, поведения потребителей, лидерства и власти для решения маркетинговых стратегических и оперативных управленческих проектов; навыками организации групповой работы; навыками проведения аудита человеческих

предприятия		ресурсов при организации маркетинговых коммуникаций в проекте и осуществления диагностики организационной и маркетинговой культуры

Компетенция ПК-2

владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персонала, в том числе в межкультурной сфере		
Знает	Умеет	Владеет
способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании организационных коммуникаций на потребительском рынке на основе современных технологий управления, в том числе в межкультурной среде	разрешать конфликтные ситуации при проектировании организационных коммуникаций проекта в сфере маркетинга на основе современных технологий управления персонала; выстраивать межличностные коммуникации, том числе в потребительской среде	навыками разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций проекта в сфере маркетинга на основе современных технологий управления; навыками проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций, в том числе в потребительской среде

Компетенция ОПК-3

способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия		
Знает	Умеет	Владеет
типы организационных структур маркетинга, принципы делегирования полномочий и распределения ответственности; основные приемы разработки стратегий управления человеческими ресурсами организаций в сфере маркетинга	проектировать организационные структуры с ориентацией на рыночную деятельность, в том числе на потребительских рынках; распределять ответственность в соответствии со структурными особенностями организации; разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами организаций в сфере маркетинга	навыками анализа и проектирования организационных структур, ориентированных на рынок, в том числе потребительский; приемами и методами участия в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций в сфере маркетинга

Структура дисциплины

Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Характеристика рынка потребительских товаров	ПК-1
2	Покупательский спрос и товарное предложение в потребительской сфере	ПК-1
3	Поведение покупателя на потребительском рынке	ПК-2
4	Особенности формирования комплекса маркетинга на потребительском рынке	ОПК-3
5	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ОПК-3, ПК-1, ПК-2

Формы промежуточной аттестации

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Экзамен	6 семестр (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	3	6	180	5	98	54	18	36	0	82			6

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Характеристика рынка потребительских товаров»		**32.00**
Лекции		
Л1.1	Характеристика рынка потребительских товаров	2.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Характеристика и особенности рынка потребительских товаров	2.00
П1.2	Особенности формирования рынка потребительских товаров и услуг	2.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Самостоятельная работа студента	16.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	10.00
Раздел 2 «Покупательский спрос и товарное предложение в потребительской сфере»		**42.00**
Лекции		
Л2.1	Покупательский спрос на потребительском рынке	2.00
Л2.2	Товарное предложение на потребительском рынке	2.00
Л2.3	Емкость потребительского рынка и конкурентная среда	2.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Факторы, влияющие на товарное предложение на потребительском рынке	2.00
П2.2	Факторы, влияющие на покупательский спрос на потребительском рынке	2.00
П2.3	Взаимодействие спроса и предложения на потребительском рынке. Эластичность спроса	2.00
П2.4	Оценка емкости потребительского рынка	2.00
П2.5	Оценка состояния конкуренции на потребительском рынке	2.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Самостоятельная работа студента	16.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	10.00
Раздел 3 «Поведение покупателя на потребительском рынке»		**40.00**
Лекции		
Л3.1	Основные этапы процесса покупки на рынке потребительских товаров и услуг	2.00
Л3.2	Факторы, влияющие на поведение покупателя	2.00
Л3.3	Исследование покупателей	2.00
Семинары, практические занятия		
П3.1	Сегментация потребительского рынка	2.00
П3.2	Процесс покупательского поведения	2.00

П3.3	Природа факторов, влияющих на процесс покупательского поведения	2.00
П3.4	Маркетинговые исследования поведения покупателей на потребительском рынке	2.00
П3.5	Изучение отношения покупателей к организации	2.00
П3.6	Механизмы достижения удовлетворенности потребителя	2.00
Самостоятельная работа		
С3.1	Самостоятельная работа студента	12.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	10.00
Раздел 4 «Особенности формирования комплекса маркетинга на потребительском рынке»		**39.00**
Лекции		
Л4.1	Товарная и ценовая политика предприятия в потребительской сфере	2.00
Л4.2	Политика распределения и продвижения товаров на потребительском рынке	2.00
Семинары, практические занятия		
П4.1	Особенности товарной политики на потребительском рынке	2.00
П4.2	Особенности ценовой политики на потребительском рынке	2.00
П4.3	Особенности реализации товаров на потребительском рынке	2.00
П4.4	Особенности комплекса продвижения товаров и услуг на потребительском рынке	2.00
П4.5	Оценка эффективности деятельности организации на потребительском рынке	2.00
Самостоятельная работа		
С4.1	Самостоятельная работа студента	13.50
Контактная внеаудиторная работа		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	11.50
Раздел 5 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		**27.00**
Э5.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР5.1	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР5.2	Сдача экзамена	0.50
ИТОГО		**180.00**

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся ознакамливаются на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

1) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / А.Л. Абаев, В.А. Алексунин, М.Т. Гуриева, Л.А. Корчагова, А.В. Малыгин. - 3-е изд., перераб. - Москва : Дашков и К°, 2021. - 433 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-04185-3 : Б. ц. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314/ (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова, Н.П. Козлова, О.З. Матвеева. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 446 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0 : Б. ц. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786/ (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. пособие / Н. А. Нагапетьянц, Е. В. Исаенко, Р. Н. Нагапетьянц ; ред. Н. А. Нагапетьянц. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Вузовский учебник ; Москва : ИНФРА-М, 2010. - 280, [1] с. : ил. - (Вузовский учебник : ВУ). - Библиогр.: с. 277. - ISBN 978-5-9558-0163-6 (Вуз. учеб.). - ISBN 978-5-16-004272-5 (ИНФРА-М) : 199.87 р. - Текст : непосредственный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Сбоева, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Сбоева. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. - 128 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-8158-1900-9 : Б. ц. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483710/ (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Грачева, О. Ю. Поведение потребителей: шпаргалка : учебное пособие / О.Ю. Грачева. - 2-е изд. - Саратов : Научная книга, 2020. - 32 с. : табл. - ISBN 978-5-9758-2011-2 : Б. ц. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578440/ (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Дули, Р. Нейромаркетинг: как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули. - Минск : Попурри, 2018. - 337 с. - ISBN 978-985-15-3230-4 : Б. ц. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481957/ (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Маркетинг: теория и практика : учеб. пособие для бакалавров : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям /

под общ. ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ, Рос. ассоциация маркетинга. - М. : Юрайт, 2015. - 408 с. - (Библиотека Российской ассоциации маркетинга) (Бакалавр) (Базовый курс). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-9916-2661-3 : 411.73 р. - Текст : непосредственный.

5) Каранина, Елена Валерьевна. Безопасность и устойчивость экономики региона с учетом факторов развития потребительского рынка : научное издание / Е. В. Каранина, Е. Ю. Селезнева ; ВятГУ. - Киров : ВятГУ, 2019. - 168 с. - 500 экз. - ISBN 978-5-6043862-9-3 : 250.00 р. - Текст : непосредственный.

Учебно-методические издания

1) Тюфякова, Екатерина Сергеевна. Маркетинг : учеб.-метод. пособие по выполнению практических заданий по дисциплине "Маркетинг" для бакалавров и специалистов направлений подготовки 38.03.01 "Экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.05 "Бизнес-информатика", 38.05.01 "Экономическая безопасность" всех форм обучения / Е. С. Тюфякова, О. В. Фокина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2019. - 104 с. - Б. ц. - URL: https://lib.vyatsu.ru (дата обращения: 18.01.2019). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

2) Цветкова, И. Ю. Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Маркетинг» : учебно-методическое пособие / И. Ю. Цветкова. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. - 23 с. - Б. ц. - URL: https://e.lanbook.com/book/144712 (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

3) Сидорова, С. А. Маркетинг : учебно-методическое пособие / С. А. Сидорова. - Самара : СамГУПС, 2020. - 96 с. - ISBN 978-5-6044457-2-3 : Б. ц. - URL: https://e.lanbook.com/book/161309 (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

Учебно-наглядное пособие

1) Катаева, Наталья Николаевна. Директ-маркетинг : учебно-наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" всех форм обучения / Н. Н. Катаева ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 18 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

2) Березина, Екатерина Александровна. Маркетинг товаров и услуг : учебно-наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" всех форм обучения / Е. А. Березина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 13 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

Электронные образовательные ресурсы

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: http://mooc.do-kirov.ru/

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.04
3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://new.vyatsu.ru/account/
4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (http://elibrary.ru/defaultx.asp)
- ЭБС «Издательства Лань» (http://e.lanbook.com/)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (http://lib.vyatsu.ru/)
- ЭБС «ЮРАЙТ (https://urait.ru)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema)
- Web of Science® (http://webofscience.com)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-A141

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу: https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=93543