

Рабочая программа дисциплины

Управление потребительским рынком города

<i>Направление подготовки</i>	Государственное и муниципальное управление
<i>Код</i>	38.03.04
<i>Направленность (профиль)</i>	Управление крупными городами
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2026

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные компетенции	-	ПК-12
	-	ПК-13
	-	ПК-14
	-	ПК-15

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-12	Способен определять приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать социально-экономические программы развития, оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	ПК-12.1 Определяет приоритеты профессиональной деятельности при разработке социально-экономических программ развития территории ПК-12.2 Разрабатывает социально-экономические программы развития территории с учетом динамичных изменений внешней среды ПК-12.3 Применяет социальные и экономические методы и механизмы государственного и муниципального управления в различных сферах ПК-12.4 Оценивает экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ
ПК-13	Способен формировать предложения по совершенствованию законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов в различных сферах государственного и муниципального управления	ПК-13.1 Формирует предложения по совершенствованию законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов в различных сферах государственного и муниципального управления
ПК-14	Способен владеть методами и процедурами проектной деятельности, включая управление региональными, ведомственными проектами, управление портфелями проектов и	ПК-14.1 Владеет методами и процедурами проектной деятельности ПК-14.2 Управляет государственными, региональными, муниципальными и ведомственными проектам ПК-14.3 Управляет портфелями проектов и программ ПК-14.4 Использует методы и технологии

	программ, администрирования проектной деятельности исполнительных органов государственной власти	проектной деятельности для разработки проектов ПК-14.5 Реализует принципы эффективного администрирования в проектной деятельности исполнительных органов государственной власти
ПК-15	Способен использовать эконометрические методы прогнозирования развития рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу	ПК-15.1 Использует эконометрические методы прогнозирования развития рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу ПК-15.2 Применяет математические и статистические методы анализа социально-экономических процессов на отраслевых, региональных и народнохозяйственном уровнях для научного обоснования направления стратегического развития социально-экономической системы ПК-15.3 Проводит расчеты индикаторов с целью выбора оптимальных решений при разработке и реализации проектов, программ развития рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-12		

ПК-12	– основные положения концепции устойчивого развития территорий; – основные направления социо-экономической политики РФ; – основные принципы и индикаторы устойчивого развития; – взаимосвязь всех подсистем устойчивого развития города: экономика, социум и экология; – приоритеты профессиональной деятельности при разработке социально-экономических программ развития территории; – методы анализа и оценки внешней среды; - социальные и экономические методы и механизмы государственного и муниципального управления в различных сферах.	- определять приоритеты профессиональной деятельности при разработке социально-экономических программ развития территории; - разрабатывать социально-экономические программы развития территории с учетом динамичных изменений внешней среды и приоритетов профессиональной деятельности; - применять социальные и экономические методы и механизмы государственного и муниципального управления в различных сферах; - оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	– навыками анализа и прогнозирования направлений развития территорий/городов; - навыками оценки экологических последствий от различных видов деятельности; - методами оценки экономических, социальных, политических условий и последствий реализации государственных (муниципальных) программ; - навыками оценки качества жизни населения как социально-экономической характеристики и индикатора устойчивого развития территории/города
ПК-13			
ПК-13	- понятие нормы права, нормативного правового акта и этапы его разработки; - понятие и модели государственной политики, механизм разработки и инструменты реализации государственной политики	- формировать предложения по совершенствованию законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов в различных сферах государственного и муниципального управления - разрабатывать проекты нормативных правовых актов и других документов, готовить аналитические,	- навыками соблюдения норм законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов в различных сферах государственного и муниципального управления; - механизмами реализации государственной политики в

		информационные и другие материалы	различных сферах государственного и муниципального управления
ПК-14			
ПК-14	- основные принципы и индикаторы устойчивого развития; – условия устойчивого развития территорий; – методы и процедуры проектной деятельности; - методы управления региональными, ведомственными проектами, портфелями проектов и программ	- управлять государственными, региональными, муниципальными и ведомственными проектами; - управлять портфелями проектов и программ; - реализовать принципы эффективного администрирования в проектной деятельности исполнительных органов государственной власти	- навыками использования современных методов управления проектами, направленных на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами; - навыками использования современных методов управления проектами, направленных на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами
ПК-15			
ПК-15	- эконометрические методы прогнозирования развития рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу; - математические и статистические методы анализа социально-экономических	- рассчитывать индикаторы устойчивого развития территории; - осуществлять выбор оптимальных решений при разработке и реализации проектов, программ развития рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу; - разрабатывать программы развития	- методами прогнозирования и планирования развития рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу

	процессов на отраслевых, региональных уровнях; - методы стратегического анализа; - основы государственно- частного партнерства эконометрические методы прогнозирования развития рынка государственно- частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу; - математические и статистические методы анализа социально- экономических процессов на отраслевых, региональных уровнях; - методы стратегического анализа; - основы государственно- частного партнерства.	рынка государственно- частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу	
--	---	---	--

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как: «Экономика государственного и муниципального сектора крупных городов», «Налоги и налогообложение», «Инвестиционный анализ», «Прогнозирование и планирование», «Государственные и муниципальные финансы», «Социально-демографические вопросы развития городов», «Региональная экономика и управление», «Экономика государственного и муниципального сектора крупных городов», «Управление проектами», «Принятие и исполнение государственных решений», «Управление государственным и муниципальным заказом», «Стратегическое развитие территорий».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: организационно-управленческий, исследовательский, коммуникативный.

Профиль (направленность) программы установлена путем ее ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Управление крупными городами.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>		<i>Формы обучения</i>
		<i>Очная</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы		4/144
Контактная работа:		
	Занятия лекционного типа	36
	Занятия семинарского типа	36
	Промежуточная аттестация: Зачет / зачет с оценкой / экзамен /	27
Самостоятельная работа (СРС)		45

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1 Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1 Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самостоятельная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные раб.	Иные занятия	
1.	Тема 1. Понятие потребительского рынка и его роль в экономике	2			2			4
2.	Тема 2. Факторы развития потребительского рынка и его инфраструктура.	4			4			4
3.	Тема 3. Классификация торговых предприятий	4			4			4
4.	Тема 4. Управление рынком продовольственных товаров	6			6			6
5.	Тема 5. Управление рынком непродовольственных товаров.	6			6			6
6.	Тема 6. Управление рынком потребительских	6			6			6

	услуг.							
7.	Тема 7. Товарная политика на потребительском рынке города. Формирование товарного ассортимента.	4			4			6
8.	Тема 8. Механизмы регулирования городского потребительского рынка	4			4			6
	Промежуточная аттестация	27						
	Итого	144						

6.2 Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1 Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Тема 1. Понятие потребительского рынка и его роль в экономике	Понятие рынка потребительских товаров, задачи. Структура и функции потребительского рынка. Взаимосвязь с системой рынков. Роль оптовой и розничной торговли на потребительском рынке. Классификация потребительского рынка Субъекты и объекты на региональном рынке товаров и услуг.
2.	Тема 2. Факторы развития потребительского рынка и его инфраструктура.	Общэкономические, региональные, отраслевые факторы, определяющие функционирование и развитие рынка потребительских товаров и услуг. Понятия, структура и функции рыночной инфраструктуры в экономике города. Направления развития рыночной инфраструктуры рынка потребительских товаров и услуг.
3.	Тема 3. Классификация торговых предприятий	Виды розничной торговой сети. Специализация магазинов. Классификация розничных торговых предприятий. Типизация магазинов.
4.	Тема 4. Управление рынком продовольственных товаров	Структура и функции рынка продовольственных товаров. Критерии и признаки сегментирования продовольственного рынка. Потребление продовольствия и структура затрат на него. Анализ предпочтений потребителей пищевых продуктов. Разработка и внедрение новых пищевых продуктов. Государственное регулирование торговли продовольственными товарами.

5.	Тема 5. Управление рынком непродовольственных товаров.	Структура и функции рынка непродовольственных товаров. Основные секторы регионального непродовольственного товарного рынка потребительского назначения. Основные экономические характеристики отдельных непродовольственных рынков. Факторы, влияющие на состояние рынка. Тенденции и перспективы развития.
6.	Тема 6. Управление рынком потребительских услуг.	Существующие классификации услуг. Содержание отдельных видов услуг. Ассортиментная и инновационная политика в сфере услуг. Коммуникативная политика в сфере услуг. Территориальные аспекты развития рынка услуг.
7.	Тема 7. Товарная политика на потребительском рынке города. Формирование товарного ассортимента.	Сущность и понятие товарной политики. Критерии оценки результативности товарной политики. Основные элементы и виды товарной политики. Понятие и классификация ассортимента. Основные направления в области формирования ассортимента. Управление ассортиментом. Факторы формирования ассортимента товара. Нормативная база формирования ассортимента товара. Создание и производство новых продуктов. Политика управления новым товаром. Роль стимулирования сбыта в товарной политике. Разработка марочной товарной политики. Принятие решений в области торговых марок товарной политики. Роль фирменного стиля и товарного знака в формировании товарной политики. Упаковка и товарная политика. Брендинг как инструмент товарной политики. Качество и формирования сбыта товаров.
8.	Тема 8. Механизмы регулирования городского потребительского рынка	Формы и методы воздействия на потребительский рынок различных регулирующих структур. Управление развитием потребительского рынка через целевые программы.

6.2.2 Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	<i>Содержание практического занятия</i>
1.	Тема 1. Понятие потребительского рынка и его роль в экономике	1. Понятие рынка потребительских товаров, задачи. 2. Структура и функции потребительского рынка. 3. Роль оптовой и розничной торговли на потребительском рынке. 4. Классификация потребительского рынка 5. Субъекты и объекты на региональном рынке товаров и услуг.
2.	Тема 2. Факторы развития потребительского рынка и его инфраструктура.	1. Общеэкономические, региональные, отраслевые факторы, определяющие функционирование и развитие рынка потребительских товаров и услуг.

		2. Понятия, структура и функции рыночной инфраструктуры в экономике города. 3. Направления развития рыночной инфраструктуры рынка потребительских товаров и услуг.
3.	Тема 3. Классификация торговых предприятий	1. Виды розничной торговой сети. 2. Специализация магазинов. 3. Классификация розничных торговых предприятий. 4. Типизация магазинов.
4.	Тема 4. Управление рынком продовольственных товаров	1. Структура и функции рынка продовольственных товаров. 2. Критерии и признаки сегментирования продовольственного рынка. 3. Потребление продовольствия и структура затрат на него. 4. Анализ предпочтений потребителей пищевых продуктов. 5. Государственное регулирование торговли продовольственными товарами.
5.	Тема 5. Управление рынком непродовольственных товаров.	1. Структура и функции рынка непродовольственных товаров. 2. Основные секторы регионального непродовольственного товарного рынка потребительского назначения. 3. Основные экономические характеристики отдельных непродовольственных рынков. 4. Факторы, влияющие на состояние рынка. 5. Тенденции и перспективы развития.
6.	Тема 6. Управление рынком потребительских услуг.	1. Существующие классификации услуг. 2. Содержание отдельных видов услуг. 3. Ассортиментная и инновационная политика в сфере услуг. 4. Коммуникативная политика в сфере услуг. 5. Территориальные аспекты развития рынка услуг.
7.	Тема 7. Товарная политика на потребительском рынке города. Формирование товарного ассортимента.	1. Сущность и понятие товарной политики. Основные элементы и виды товарной политики. 2. Понятие и классификация ассортимента. 3. Управление ассортиментом. 4. Создание и производство новых продуктов. 5. Политика управления новым товаром. 6. Роль фирменного стиля и товарного знака в формировании товарной политики. 7. Упаковка и товарная политика. Брендинг как инструмент товарной политики.
8.	Тема 8. Механизмы регулирования городского потребительского рынка	1. Формы и методы воздействия на потребительский рынок различных регулирующих структур. 2. Управление развитием потребительского рынка через целевые программы.

6.2.3 Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Тема 1. Понятие потребительского рынка и его роль в экономике	Понятие рынка потребительских товаров, задачи. Структура и функции потребительского рынка. Взаимосвязь с системой рынков. Роль оптовой и розничной торговли на потребительском рынке. Классификация потребительского рынка Субъекты и объекты на региональном рынке товаров и услуг.
2.	Тема 2. Факторы развития потребительского рынка и его инфраструктура.	Общэкономические, региональные, отраслевые факторы, определяющие функционирование и развитие рынка потребительских товаров и услуг. Понятия, структура и функции рыночной инфраструктуры в экономике города. Направления развития рыночной инфраструктуры рынка потребительских товаров и услуг.
3.	Тема 3. Классификация торговых предприятий	Виды розничной торговой сети. Специализация магазинов. Классификация розничных торговых предприятий. Типизация магазинов.
4.	Тема 4. Управление рынком продовольственных товаров	Структура и функции рынка продовольственных товаров. Критерии и признаки сегментирования продовольственного рынка. Потребление продовольствия и структура затрат на него. Анализ предпочтений потребителей пищевых продуктов. Разработка и внедрение новых пищевых продуктов. Государственное регулирование торговли продовольственными товарами.
5.	Тема 5. Управление рынком непродовольственных товаров.	Структура и функции рынка непродовольственных товаров. Основные секторы регионального непродовольственного товарного рынка потребительского назначения. Основные экономические характеристики отдельных непродовольственных рынков. Факторы, влияющие на состояние рынка. Тенденции и перспективы развития.
6.	Тема 6. Управление рынком потребительских услуг.	Существующие классификации услуг. Содержание отдельных видов услуг. Ассортиментная и инновационная политика в сфере услуг. Коммуникативная политика в сфере услуг. Территориальные аспекты развития рынка услуг.
7.	Тема 7. Товарная политика на потребительском рынке города. Формирование товарного ассортимента.	Сущность и понятие товарной политики. Критерии оценки результативности товарной политики. Основные элементы и виды товарной политики. Понятие и классификация ассортимента. Основные направления в области формирования ассортимента. Управление ассортиментом. Факторы формирования ассортимента товара. Нормативная база формирования ассортимента товара. Создание и производство новых продуктов. Политика управления новым товаром.

		Роль стимулирования сбыта в товарной политике. Разработка марочной товарной политики. Принятие решений в области торговых марок товарной политики. Роль фирменного стиля и товарного знака в формировании товарной политики. Упаковка и товарная политика. Брендинг как инструмент товарной политики. Качество и формирования сбыта товаров.
8.	Тема 8. Механизмы регулирования городского потребительского рынка	Формы и методы воздействия на потребительский рынок различных регулирующих структур. Управление развитием потребительского рынка через целевые программы.

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Тема 1. Понятие потребительского рынка и его роль в экономике	Опрос, интерактивные задания
2.	Тема 2. Факторы развития потребительского рынка и его инфраструктура.	Опрос, интерактивные задания
3.	Тема 3. Классификация торговых предприятий	Опрос, интерактивные задания
4.	Тема 4. Управление рынком продовольственных товаров	Опрос, интерактивные задания
5.	Тема 5. Управление рынком непродовольственных товаров.	Опрос, тестирование
6.	Тема 6. Управление рынком потребительских услуг.	Опрос, интерактивные задания
7.	Тема 7. Товарная политика на потребительском рынке города. Формирование товарного ассортимента.	Опрос, интерактивные задания
8.	Тема 8. Механизмы регулирования городского потребительского рынка	Опрос, тестирование

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная учебная литература

1. Валько Д.В. Маркетинг взаимоотношений на потребительском рынке электронной торговли: концептуальный подход и инструментарий сетевых взаимодействий : монография / Валько Д.В.. — Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 173 с. — ISBN 978-5-4486-0666-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81482.html>
2. Диева М.Г. Правовое регулирование потребительского рынка в Российской Федерации : учебное пособие / Диева М.Г., Лаврик Т.М., Субочева В.А.. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020. — 81 с. — ISBN 978-5-8265-2285-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115735.html>
3. Калужский, М.Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М.Л. Калужский. — Электрон. текстовые данные. — М.: Экономика, Омский государственный технический университет, 2014. — 327 с. — ISBN 978-5-282-03365-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/31693.html>
- 3.

8.2 Дополнительная учебная литература:

2. Власова, О.В. Коммерция: учебное пособие / О.В. Власова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Корпорация «Диполь», 2012. — 326 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/10554.html>
3. Власова, О.В. Коммерция: учебное пособие / О.В. Власова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2011. — 299 с. — ISBN 978-5-904000-84-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/927.html>
4. Макаренкова, Е.В. Электронная коммерция: учебное пособие / Е.В. Макаренкова. — Электрон. текстовые данные. — М.: Евразийский открытый институт, 2010. — 136 с. — ISBN 978-5-374-00374-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/11134.html>

8.3 Периодические издания

1. Проблемы управления <http://www.iprbookshop.ru/8533.html>
2. Актуальные проблемы экономики и права <http://www.iprbookshop.ru/7049.html>
3. Вестник Казахского университета экономики, финансов и международной торговли
4. <http://www.iprbookshop.ru/50394.html>
5. Управление большими системами <http://www.iprbookshop.ru/8536.html>
6. Управление в современных системах <http://www.iprbookshop.ru/80256.html>
7. Государственное и муниципальное управление. Ученые записки <http://www.iprbookshop.ru/82793.html>
8. Вопросы управления <http://www.iprbookshop.ru/87622.html>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. выполнение самостоятельных практических работ;
4. подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows

Server 2016

2. Семейство ОС Microsoft Windows

3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом

4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)

5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; доска (маркерная), комплект мебели для преподавателя.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, VLC Media Player.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся .
Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; доска (маркерная), комплект мебели для преподавателя.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Notepad++. Pinta, Gimp, AnyLogic, Inkscape, OpenShot. FreeCAD, LibreCAD, Jamovi, Visual Studio, Unity.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые

игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ MicrosoftOffice для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: (*«мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.*) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Приложение

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Управление потребительским рынком города

<i>Направление подготовки</i>	Государственное и муниципальное управление
<i>Код</i>	38.03.04
<i>Направленность (профиль)</i>	Управление крупными городами
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2026

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные компетенции	-	ПК-12
	-	ПК-13
	-	ПК-14
	-	ПК-15

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-12	Способен определять приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать социально-экономические программы развития, оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	ПК-12.1 Определяет приоритеты профессиональной деятельности при разработке социально-экономических программ развития территории ПК-12.2 Разрабатывает социально-экономические программы развития территории с учетом динамичных изменений внешней среды ПК-12.3 Применяет социальные и экономические методы и механизмы государственного и муниципального управления в различных сферах ПК-12.4 Оценивает экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ
ПК-13	Способен формировать предложения по совершенствованию законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов в различных сферах государственного и муниципального управления	ПК-13.1 Формирует предложения по совершенствованию законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов в различных сферах государственного и муниципального управления
ПК-14	Способен владеть методами и процедурами проектной деятельности, включая управление региональными, ведомственными проектами, управление портфелями проектов и	ПК-14.1 Владеет методами и процедурами проектной деятельности ПК-14.2 Управляет государственными, региональными, муниципальными и ведомственными проектам ПК-14.3 Управляет портфелями проектов и программ ПК-14.4 Использует методы и технологии

	программ, администрирования проектной деятельности исполнительных органов государственной власти	проектной деятельности для разработки проектов ПК-14.5 Реализует принципы эффективного администрирования в проектной деятельности исполнительных органов государственной власти
ПК-15	Способен использовать эконометрические методы прогнозирования развития рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу	ПК-15.1 Использует эконометрические методы прогнозирования развития рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу ПК-15.2 Применяет математические и статистические методы анализа социально-экономических процессов на отраслевых, региональных и народнохозяйственном уровнях для научного обоснования направления стратегического развития социально-экономической системы ПК-15.3 Проводит расчеты индикаторов с целью выбора оптимальных решений при разработке и реализации проектов, программ развития рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-12		

ПК-12	– основные положения концепции устойчивого развития территорий; – основные направления социо-экономической политики РФ; – основные принципы и индикаторы устойчивого развития; – взаимосвязь всех подсистем устойчивого развития города: экономика, социум и экология; – приоритеты профессиональной деятельности при разработке социально-экономических программ развития территории; – методы анализа и оценки внешней среды; - социальные и экономические методы и механизмы государственного и муниципального управления в различных сферах.	- определять приоритеты профессиональной деятельности при разработке социально-экономических программ развития территории; - разрабатывать социально-экономические программы развития территории с учетом динамичных изменений внешней среды и приоритетов профессиональной деятельности; - применять социальные и экономические методы и механизмы государственного и муниципального управления в различных сферах; - оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	– навыками анализа и прогнозирования направлений развития территорий/городов; - навыками оценки экологических последствий от различных видов деятельности; - методами оценки экономических, социальных, политических условий и последствий реализации государственных (муниципальных) программ; - навыками оценки качества жизни населения как социально-экономической характеристики и индикатора устойчивого развития территории/города
ПК-13			
ПК-13	- понятие нормы права, нормативного правового акта и этапы его разработки; - понятие и модели государственной политики, механизм разработки и инструменты реализации государственной политики	- формировать предложения по совершенствованию законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов в различных сферах государственного и муниципального управления - разрабатывать проекты нормативных правовых актов и других документов, готовить аналитические,	- навыками соблюдения норм законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов в различных сферах государственного и муниципального управления; - механизмами реализации государственной политики в

		информационные и другие материалы	различных сферах государственного и муниципального управления
ПК-14			
ПК-14	- основные принципы и индикаторы устойчивого развития; – условия устойчивого развития территорий; – методы и процедуры проектной деятельности; - методы управления региональными, ведомственными проектами, портфелями проектов и программ	- управлять государственными, региональными, муниципальными и ведомственными проектами; - управлять портфелями проектов и программ; - реализовать принципы эффективного администрирования в проектной деятельности исполнительных органов государственной власти	- навыками использования современных методов управления проектами, направленных на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами; - навыками использования современных методов управления проектами, направленных на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами
ПК-15			
ПК-15	- эконометрические методы прогнозирования развития рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу; - математические и статистические методы анализа социально-экономических	- рассчитывать индикаторы устойчивого развития территории; - осуществлять выбор оптимальных решений при разработке и реализации проектов, программ развития рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу; - разрабатывать программы развития	- методами прогнозирования и планирования развития рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу

	процессов на отраслевых, региональных уровнях; - методы стратегического анализа; - основы государственно-частного партнерства эконометрические методы прогнозирования развития рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу; - математические и статистические методы анализа социально-экономических процессов на отраслевых, региональных уровнях; - методы стратегического анализа; - основы государственно-частного партнерства.	рынка государственно-частного партнерства на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу	
--	---	---	--

3.2 Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.

	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих

		документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
НЕ ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

Тесты

ПК-12

1. Совокупность взаимосвязанных рынков различного типа, который располагается на определенной территории составляет систему:

- а) отраслевых рынков;
- б) региональных рынков;
- в) локальных рынков;
- г) международных рынков.

2. К признакам классификации региональных рынков не относится:

- а) воспроизводственная направленность;
- б) объект купли-продажи;
- в) субъект рынка;
- г) отраслевая принадлежность.

3. Экономико-правовой признак делит региональные рынки на:

- а) легальные, нелегальные, полулегальные;
- б) рынки товаров и рынки услуг;
- в) рынки потребителей, рынки производителей, рынки промежуточных продавцов и потребителей;
- г) рынки средств производства и предметов потребления.

4. В зависимости от объекта купли-продажи не выделяются:

- а) рынки средств производства;
- б) финансовые рынки;
- в) рынки труда;
- г) рынки промежуточных продавцов и потребителей.

5. В зависимости от субъекта потребительского рынка не выделяют:

- а) рынки недвижимости;
- б) рынки потребителей;
- в) рынки производителей;
- г) рынки промежуточных продавцов и потребителей.

6. Среди региональных потребительских рынков наиболее важная роль отводится рынку:

- а) информации;
- б) недвижимости;
- в) труда;
- г) средств производства.

7. Территориальная система социально-экономических отношений в сфере обмена, который обеспечивает удовлетворение основных физических и материальных потребностей населения, - это:

- а) региональный рынок труда;
- б) региональный информационный рынок;
- в) региональный потребительский рынок;
- г) региональный сырьевой рынок.

8. На конъюнктуру регионального потребительского рынка не влияет:

- а) социально-демографический фактор;
- б) конъюнктура информационного рынка;
- в) изменения в структуре населения в области потребительских предпочтений и ожиданий;
- г) уровень доходов населения.

9. Совокупность экономических отношений по поводу купли-продажи товаров по ценам, устанавливающимся на основании взаимодействия спроса и предложения в результате конкуренции в определенном регионе, соответствует категории:

- а) региональный базар;
- б) региональный капитал;
- в) региональный рынок;
- г) региональный сектор.

10. Все то, что может удовлетворить потребность и предлагается региональному рынку в целях приобретения, использования или потребления, относится к категории:

- а) спрос;
- б) предложение;
- в) капитал;
- г) товар.

11. Какую из перечисленных функций потребительский рынок города не выполняет:

- а) посредническую;
- б) информационно-аналитическую;
- в) ценообразующую;
- г) производственную.

12. К типам потребительских рынков города определенного вида, выделяемым в зависимости от уровня и характера конкуренции, не относится рынок:

- а) чистой конкуренции;
- б) монополистической конкуренции;
- в) олигополистический;
- г) стихийный.

13. Спрос на какой-либо товар или услугу на потребительском рынке – это:

- а) желание и возможность потребителя купить определенное количество товара или услуги по определенной цене в определенный период времени;

- б) механизм, который сводит вместе производителей (продавцов) и потребителей (покупателей) отдельных товаров;
- в) комплекс институтов (организаций, учреждений) и предприятий, обеспечивающих бесперебойное, непрерывное функционирование рынка;
- г) готовность производителей продать определенное количество данного товара или услуги по определенной цене за определенный период времени.

14. Предложение какого-либо товара или услуги на региональном рынке – это:

- а) желание и возможность потребителя купить определенное количество товара или услуги по определенной цене в определенный период времени;
- б) механизм, который сводит вместе производителей (продавцов) и потребителей (покупателей) отдельных товаров;
- в) комплекс институтов (организаций, учреждений) и предприятий, обеспечивающих бесперебойное, непрерывное функционирование рынка;
- г) готовность производителей продать определенное количество данного товара или услуги по определенной цене за определенный период времени.

15. В число детерминантов спроса на потребительском рынке не входит:

- а) доходы потребителей и их число;
- б) количество производителей товара;
- в) реклама;
- г) мода, вкусы и предпочтения потребителей.

16. К факторам предложения на потребительском рынке не относится:

- а) изменение цен на факторы производства;
- б) технический прогресс;
- в) сезонные изменения;
- г) рыночная инфраструктура.

17. Когда при данной цене объем спроса на потребительском рынке превышает объем предложения, имеет место:

- а) дефицит товара;
- б) профицит товара;
- в) излишек товара;
- г) рыночный коллапс.

18. Интенсивность конкуренции на потребительском рынке города не зависит от:

- а) модели рынка (совершенный или несовершенный рынок);
- б) формы рынка по количественному распределению участников на стороне предложения и спроса;
- в) стадии жизненного цикла товара, представленного на рынке;
- г) организационно-правовой формы бизнеса.

19. Форма проявления на потребительском рынке в целом или отдельных его сегментах системы факторов, определяющих соотношение спроса, предложения, цен и уровня конкуренции называется:

- а) структура потребительского рынка;
- б) культура потребительского рынка;
- в) стратегия потребительского рынка;
- г) конъюнктура потребительского рынка.

20. Резкое возрастание на потребительском рынке спроса на все товары, которое предложение (несмотря на его рост) полностью удовлетворить не может, сопровождающееся ростом цен на все рыночные объекты, повышением доходов субъектов рынка и рыночных посредников характеризует:

- а) подъем конъюнктуры потребительского рынка;
- б) конъюнктурный бум потребительского рынка;
- в) ослабление конъюнктуры потребительского рынка;
- г) конъюнктурный спад потребительского рынка.

ПК-13

21. Торговая сеть – это:

- а) территория административного района, города, на которой размещаются торговые предприятия;
- б) совокупность торговых предприятий, нерасположенных в пределах конкретной территории;
- в) совокупность торговых предприятий, находящихся под общим управлением;
- г) совокупность элементов торгово-технологического процесса.

22. Легко возводимая конструкция, оснащенная прилавком, не имеющая торгового зала и помещения для хранения товаров, на площади которой размещен товарный запас на один день торговли – это:

- а) павильон;
- б) палатка;
- в) киоск;
- г) рынок.

23. Укажите правильный перечень типов торговых предприятий.

- а) стационарная, нестационарная, посылочная торговая сеть;
- б) гипермаркет, супермаркет, гастроном;
- в) отдельно стоящие, встроенные, встроено-пристроенные.
- г) универсальные, специализированные, неспециализированные.

24. Выберите правильное определение торгового центра.

- а) отдельно стоящий магазин с универсальным ассортиментом товаров;
- б) несколько близко расположенных магазинов с комбинированным ассортиментом товаров;
- в) магазин с большой пропускной способностью;
- г) крупный универсальный магазин.

25. Чем отличается торговое объединение от торговой сети?

- а) в торговом объединении большее число предприятий;
- б) в торговом объединении централизованы функции управления;
- в) в торговой сети магазины сохраняют самостоятельность и права юридического лица;
- г) в торговом объединении магазины сохраняют самостоятельность и права юридического лица.

26. Укажите признаки, характеризующие форматы торговых предприятий.

- а) общая площадь магазина, торговая площадь, предоставляемый сервис;
- б) общая площадь, ассортимент товаров, дополнительные услуги;
- в) общая площадь, ассортимент товаров, метод продажи товаров;
- г) торговая площадь, ассортимент, дополнительные услуги.

27. Дайте характеристику фирменному магазину.

- а) реализует популярные бренды разных иностранных изготовителей;
- б) реализует популярные бренды нескольких фирм;
- в) реализует бренд одного отечественного производителя;
- г) реализует бренды нескольких иностранных изготовителей.

28. Укажите возможные отличия торгового дома от дома торговли.

- а) это одно и то же;
- б) торговый дом занимается только розничной торговлей;
- в) дом торговли занимается торговлей и внешнеэкономической деятельностью;
- г) торговый дом занимается торговлей и внешнеэкономической деятельностью.

29. Укажите отличительный признак мола.

- а) это большой торговый центр;
- б) это большой торговый комплекс;
- в) это суперуниверсальный магазин;
- г) это большое торговое объединение.

30. Торговая сеть, расположенная в специально оборудованных и предназначенных для ведения торговли зданиях и строениях называется:

- а) розничной;
- б) оптовой;
- в) стационарной;
- г) неразвитой.

31. Спрос, который формируется под влиянием товарного предложения называется:

- а) импульсивным;
- б) альтернативным;
- в) производственным;
- г) нет правильного ответа.

32. К экспертным методам товарной экспертизы относится метод:

- а) визуальный;
- б) метод ПАТТЕРН;
- в) тестирование дегустаторов;
- г) осязательный.

33. Проверка товара на соответствие требованиям называется

- а) унификацией;
- б) метрологией;
- в) сертификацией;
- г) аккредитацией.

34. К объективным методам товарной экспертизы относятся:

- а) эвристические методы;
- б) вкусовые методы;
- в) регистрационные методы;
- г) нет правильного ответа.

35. По правилам ветеринарно-санитарной экспертизы продукты животного происхождения подлежат:

- а) обязательной регистрации;

- б) обязательной дегустации;
- в) обязательному клеймению;
- г) все ответы верны.

ПК-14

36. Дегустатором не может работать человек с такими дефектами, как:

- а) аллергия;
- б) anosmia;
- в) гипертония;
- г) нет верного ответа.

37. Товары по градации качества подразделяют на:

- а) обычные;
- б) сезонные;
- в) стандартные;
- г) специфические.

38. К факторам, сохраняющим качество товаров относится:

- а) маркировка;
- б) методы продажи;
- в) упаковка;
- г) все ответы верны.

39. Информационные знаки, указывающие на то, как обращаться с товаром, называются:

- а) компонентными знаками;
- б) манипуляционными знаками;
- в) организационными знаками;
- г) размерными знаками.

40. Назовите период, по истечении которого товар для использования можно считать непригодным:

- а) срок назначения;
- б) срок годности;
- в) гарантийный срок;
- г) все ответы верны.

41. Что является предметом товароведения:

- а) особенности и классификация товаров;
- б) потребительские стоимости товаров;
- в) качество и технология производства товаров.

42. Назовите разновидность платья – без рукавов, воротника, иногда на бретелях:

- а) костюм;
- б) сарафан;
- в) палантин;
- г) жакет.

43. Трикотажные изделия хранят в сухих чистых помещениях при относительной влажности:

- а) 90%;

- б) 40%;
- в) 65%;
- г) 30%.

44. Какая основная операция выделки придает кожаной ткани устойчивость к загниванию?

- а) пикелевание;
- б) дубление;
- в) жирование;
- г) сушка.

45. В течение гарантийного срока в кожаной обуви были обнаружены производственные дефекты. Имеет ли покупатель право на обмен?

- а) имеет;
- б) не имеет;
- в) имеет при наличии чека.

46. Назовите роспись на тканях органическими растворителями, применяемую для платков, шарфов, кашне:

- а) печать;
- б) батик;
- в) офсет;

47. Сплав железа с углеродом (углерода 2,14%) – это

- а) бронза;
- б) мельхиор;
- в) сталь.

48. Измельченные пахучие растения или смесь душистых веществ с наполнителями применяют для ароматизации белья:

- а) отдушка;
- б) саше;
- в) дезодорант.

49. Назовите основное сырье для производства стеклотоваров:

- а) кварцевый песок;
- б) глинозем;
- в) гранит.

50. Инструмент, применяющийся для измерений наружных и внутренних размеров изделий:

- а) транспортир;
- б) штангенциркуль;
- в) рашпиль.

ПК-15

51. В отношении маркетинга услуг существует дополнительный пятый элемент комплекса маркетинга (пятое «Р») – это:

- а) личные продажи;
- б) персонал;
- в) презентация;

г) планирование.

52. Услуга, относящаяся к элементу комплекса маркетинга - ...

- а) продукт;
- б) цена;
- в) продвижение;
- г) распределение.

53. Для оценки потенциала конкретного рынка необходимо знать такие демографические показатели, как:

- а) структура доходов потребителей;
- б) численность населения региона;
- в) тенденции роста населения;
- г) этап жизненного цикла семьи.

54. Выберите правильную формулировку, определяющую содержание услуги:

- а) услуга – целостная совокупность организаций по продвижению товара из сферы производства до конечного потребителя;
- б) услуга – любое мероприятие или выгода, которое одна сторона может предложить другой и которое приводит к завладению чем-либо;
- в) услуга – система формирования инфраструктуры компании.

55. Конкурентоспособность фирмы – это:

- а) её производственные возможности;
- б) её финансовые возможности;
- в) её возможности приспособления к условиям рыночной конкуренции;
- г) ее близость к органам государственной власти.

56. Виды сервисного обслуживания потребителей:

- а) эксплуатационный сервис;
- б) заочный сервис;
- в) предпродажный сервис.

57. Какие признаки характерны для сегмента «экономные хозяйки»?

- а) формирование уровня приемлемой цены;
- б) сервис и культура организации;
- в) широкий ассортимент с высоким коэффициентом обновления;
- г) скорость обслуживания и близость расположения.

58. В процессе мотивации сбыта маркетинговые усилия направлены на:

- а) разработку стратегий проникновения на рынок сбыта;
- б) разработку концепции нового товара или услуги;
- в) установление и оценку неудовлетворенного спроса в целевом сегменте.

59. Для полного и обоснованного описания рынка услуг организация быстрее всего воспользуется:

- а) кабинетным исследованием;
- б) полевым исследованием;
- в) кабинетным и полевым исследованием.

60. Предполагается, что туристическая фирма для сегментирования рынка воспользуется:

- а) национально-культурными признаками;
- б) демографическими признаками;
- в) личностными признаками.

61. Распределение товаров предполагает выполнение комплекса мероприятий, обеспечивающих:

- а) поставку необходимых товаров в надлежащие сроки;
- б) поставку товаров в соответствии с реальными потребностями потребителей;
- в) поставку требуемых товаров в надлежащее место;
- г) поставку необходимых товаров в надлежащее место и время при приемлемых затратах.

62. Парфюмерно-косметическая фабрика изготавливает шесть ассортиментных групп товаров. Указанное число ассортиментных групп характеризует:

- а) широту товарного ассортимента;
- б) глубину товарного ассортимента;
- в) насыщенность;
- г) гармоничность.

63. Среди посредников, как правило, правом собственности на товар обладают:

- а) торговые агенты;
- б) консигнаторы;
- в) дистрибьюторы;
- г) маклеры

64. На каком этапе жизненного цикла находящегося на рынке товара следует начинать разработку нового товара?

- а) на стадии внедрения;
- б) на стадии роста;
- в) на стадии зрелости;
- г) на стадии спада.

65. На стадии внедрения на рынок:

- а) предпочтение может быть отдано ценовой политике, обеспечивающей получение максимальной прибыли;
- б) используется гибкая система скидок;
- в) преимущественно используется политика комплексных продаж.

66. Можно ли, повысив цену на товар, увеличить спрос на него?

- а) нельзя;
- б) можно, если это товары повседневного спроса;
- в) можно всегда;
- г) можно, если это престижные товары.

67. При установлении цены в рамках ассортиментной группы используется:

- а) стимулирующее ценообразование;
- б) метод проникновения на рынок;
- в) метод ценовых линий.

68. Решением задач физического распределения товаров занимается:

- а) теория массового обслуживания;
- б) логистика;
- в) теория управления запасами.

69. Политику дифференциации цены товара наиболее целесообразно использовать на стадии:

- а) внедрения;
- б) роста;
- в) зрелости;
- г) спада.

70. Основными средствами продвижения товаров являются:

- а) реклама, спонсорство, выставки, пропаганда;
- б) личная продажа, пропаганда, реклама, ярмарки;
- в) реклама, пропаганда, личная продажа, стимулирование сбыта;
- г) стимулирование продаж, выставки, ярмарки, личная продажа.

71. Микросреда интегрирует в себе контролируемые факторы, а именно:

- а) политические;
- б) инфраструктуру компании;
- в) технологические;
- г) социальные.

72. В основе классификационных признаков формирования рыночного спроса выступают:

- а) формы образования, тенденции, степень удовлетворенности и покупательские намерения;
- б) увеличение объемов продаж;
- в) концепции нового товара;
- г) емкость рынка.

73. Классификация спроса включает такие признаки, как...

- а) формы образования, тенденции, покупательские намерения, степень удовлетворенности;
- б) увеличение размера рыночной доли;
- в) концепции нового товара;
- г) устойчивый имидж.

74. Внешние факторы организации – это:

- а) организационная культура фирмы;
- б) содержание законодательных документов;
- в) возрастная структура станочного парка организации;
- г) организационная культура предприятия.

75. Признак косвенного влияния внешней среды – это:

- а) интенсивность;
- б) неравномерность;
- в) наличие промежуточных звеньев между средой и организацией;
- г) продолжительность.

76. Какое из перечисленных направлений не является направлением государственной поддержки и регулирования потребительского рынка?

- а) формирование нормативно-правовой базы поддержки и развития предпринимательства;
- б) формирование государственной программы производства экологически чистых продуктов;
- в) совершенствование системы финансовой поддержки малого предпринимательства.

77. К организационно-правовым формам юридических лиц согласно российскому

гражданскому законодательству относятся:

- а) филиал;
- б) холдинг;
- в) унитарное предприятие;
- г) нет правильного ответа.

78. В настоящее время государственная регистрация индивидуальных предпринимателей производится:

- а) в администрациях муниципальных образований;
- б) в регистрационной палате;
- в) в налоговых органах;
- г) в местной администрации.

79. Получение разрешения антимонопольного органа является необходимым условием при реорганизации, проводимой путем:

- а) слияния;
- б) преобразования;
- в) выделения;
- г) ликвидации.

80. Государственная регистрация юридического лица должна основываться на принципах:

- а) публичности внесенных в реестр сведений;
- б) общеизвестности внесенных в реестр сведений;
- в) достоверности внесенных в реестр сведений;
- г) всем вышеназванным.

Ключи к тестам

1	б	21	в	41	б	61	б
2	г	22	б	42	б	62	а
3	а	23	б	43	в	63	в
4	г	24	б	44	б	64	в
5	а	25	г	45	а	65	в
6	г	26	в	46	б	66	г
7	в	27	в	47	в	67	в
8	б	28	г	48	б	68	б
9	в	29	б	49	а	69	б
10	г	30	в	50	б	70	в
11	г	31	а	51	б	71	б
12	г	32	б	52	а	72	а
13	а	33	в	53	б	73	г
14	г	34	в	54	б	74	б
15	б	35	в	55	в	75	в
16	г	36	б	56	в	76	б
17	а	37	в	57	а	77	в
18	г	38	в	58	в	78	в
19	г	39	б	59	в	79	а
20	б	40	б	60	а	80	в

Примерный список вопросов к промежуточной аттестации:

1. Понятие, участники и функции рынка.
2. Особенности региональных рынков и их функции.
3. Понятие и функции потребительского рынка города.
4. Структура рынка потребительских товаров.
5. Границы регионального товарного рынка.
6. Цели и объекты конъюнктурного исследования.
7. Система показателей для изучения конъюнктуры рынка.
8. Комплексный подход к исследованию экономической конъюнктуры потребительского рынка города.
9. Цель и задачи функционирования рынка потребительских товаров.
10. Условия, определяющие функционирование и развитие потребительского рынка города.
11. Факторы, определяющие функционирование и развитие потребительского рынка города.
12. Методы анализа, оценки состояния и прогнозирования развития потребительского рынка города.
13. Сегментирование потребительского рынка города.
14. Инфраструктура рынка потребительских товаров.
15. Типы торговых предприятий.
16. Специализация торговых предприятий.
17. Классификация торговых предприятий.
18. Рынок продовольствия в структуре потребительского рынка.
19. Понятия и структура рынка продовольствия.
20. Условия, определяющие функционирования регионального рынка продовольствия.
21. Факторы, определяющие функционирование и развитие потребительского рынка продовольствия.
22. Инфраструктура рынка продовольствия.
23. Государственное регулирование рынка продовольствия.
24. Понятия и структура рынка промышленных товаров потребительского назначения.
25. Условия, определяющие функционирование и развитие регионального рынка непродовольственных товаров.
26. Факторы, определяющие функционирование и развитие регионального рынка непродовольственных товаров.
27. Инфраструктура рынка непродовольственных товаров.
28. Роль оптовой и розничной торговли на потребительском рынке.
29. Государственное регулирование рынка непродовольственных товаров.
30. Понятия и структура рынка услуг для населения.
31. Условия, определяющие функционирование и развитие регионального рынка потребительских услуг.
32. Факторы, определяющие функционирование и развитие регионального рынка услуг.
33. Инфраструктура рынка потребительских услуг.
34. Государственное регулирование рынка услуг.
35. Сущность, понятие, основные элементы и виды товарной политики.
36. Понятие и классификация товарного ассортимента.
37. Управление товарным ассортиментом.
38. Фирменный стиль и товарный знак.
39. Марки товаров. Виды марочной товарной политики.
40. Упаковка и товарная политика.

41. Брендинг как инструмент товарной политики.
42. Особенности продвижения на рынок новых продуктов (услуг).
43. Формы и методы административного регулирования потребительского рынка товаров и услуг.
44. Формы и методы косвенного регулирования потребительского рынка товаров и услуг.

Типовые проблемно-аналитические задания

Ситуация 1

По данным компании McKinsey, производительность труда в российской розничной торговле продовольственными товарами составляет 23% от американской, что на 4% ниже, чем в Южной Корее, и на 9% выше, чем в Бразилии. Российским торговым предприятиям приходится затрачивать в два раза больше усилий, чем в США, чтобы обеспечить только половину от американского объема добавленной стоимости на человека.

1. Какими показателями оценивается производительность труда торговых работников?
2. В чем вы видите причины отставания производительности труда в отечественной торговле?

Ситуация 2

Одна из функций торговли – удовлетворение потребностей населения в товарах, поэтому сама отрасль является социально значимой.

1. В чем, на ваш взгляд, проявляется социальный эффект деятельности отрасли?
2. Какие показатели можно использовать для оценки социально эффекта деятельности отрасли?
3. Используя материалы Госкомстата России, проанализируйте динамику социально-экономической эффективности отрасли.

Ситуация 3

Спрогнозируйте изменения издержек обращения торговой организации или предприятия в следующем году, если известно, что товарооборот возрастет на 15%, а арендная плата увеличится с 1 до 1,5 тыс. руб. в месяц. Исходные данные приведены ниже.

	Текущий год	Прогнозируемый год
Товарооборот (тыс. руб.)	1200	?
Условно-переменные издержки обращения (% к Т/ОБ)	4	?
Условно-постоянные издержки обращения (тыс. руб.)	21	?

Ситуация 5

Команда менеджеров магазина мужской одежды «Абель» составляет план товарооборота и его структуру на будущий год. Необходимо помочь им.

Доступна следующая информация:

- ожидаемый рост цен в плановом году – 18%;
- площадь торгового зала увеличится на 22% за счет реконструкции подсобных помещений;
- спрос населения, вероятно, снизится на 2-3%;
- в декабре отчетного года предполагается на 12 рабочих дней закрыть секцию «рубашки» в связи с частичной перепланировкой торгового зала. Кроме того, имеются статистические данные (табл. 1).

Таблица 1

Показатели	Год			Отчетный год	
	1-й	2-й	3-й	план	факт за 9 месяцев
Товарооборот	450	510	550	600	450
В том числе по товарным группам (%):					
костюмы	37	40	42	46	44
пальто, куртки	18	24	30	30	32
брюки	16	12	12	12	10
рубашки	29	24	16	12	14

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов достижения компетенций

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированных оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;
- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- экзамен.

Опросы по вынесенным на обсуждение темам

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос

проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

Решение заданий (кейс-методы)

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно, либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

Решение заданий в тестовой форме

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.