

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)  
**РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ**

Специальность и специализация  
38.05.02 Таможенное дело. Таможенные услуги во внешнеэкономической деятельности

Год набора на ОПОП  
2025

Форма обучения  
очная

Владивосток 2025

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Рынок товаров и услуг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.05.02 Таможенное дело (утв. приказом Минобрнауки России от 25.11.2020г. №1453) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

*Вершинина А.Г., кандидат технических наук, доцент, Кафедра маркетинга и логистики, Anna.Vershinina@vvsu.ru*

Утверждена на заседании кафедры маркетинга и логистики от 30.04.2025 , протокол № 9

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Юрченко Н.А.

| ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН<br>ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ |                  |
|---|------------------|
| Сертификат                                | 1575639371       |
| Номер транзакции                          | 0000000000DD149B |
| Владелец                                  | Юрченко Н.А.     |

## 1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения дисциплины «Рынок товаров и услуг» является формирование компетенций в области организации предоставления и обеспечения комплекса услуг по осуществлению внешнеэкономической деятельности, а именно формирование у будущих специалистов ВЭД целостного представления о функционировании современного рынка товаров и услуг.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- знакомство с особенностями отдельных рынков товаров и услуг;
- умение характеризовать основные процессы в системе рынков товаров и услуг;
- получение и закрепление практических навыков в применении методов исследования рынка товаров и услуг;
- закрепить навыки исследования потребностей в товарах и услугах;
- получение навыков выбора поставщиков потребительских товаров с учетом различных требований;
- умение анализировать коммерческие предложения;
- получение навыков анализа конъюнктуры товарных рынков;
- получение навыков разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров;
- закрепить навыки оптимизации торгового ассортимента

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

| Название ОПОП ВО, сокращенное         | Код и формулировка компетенции   | Код и формулировка индикатора достижения компетенции                                      | Результаты обучения по дисциплине |                         |  |
|---------------------------------------|--|---|-----------------------------------|-------------------------|--|
|                                       |  |   | Код результата                    | Формулировка результата |  |
| 38.05.02<br>«Таможенное дело»<br>(ТД) | ПКВ-1 : Способен организовывать, предоставлять и контролировать комплекс услуг по осуществлению внешнеэкономической деятельности и анализировать её результаты | ПКВ-1.1к : оценивает экспортный потенциал организации и потребности организации в импорте | РД1                               | Знание                  | основных характеристик товарного рынка;  |
|                                       |  |   | РД2                               | Знание                  | основных источников получения первичной и вторичной информации о рынке               |
|                                       |  |   | РД3                               | Умение                  | ориентироваться в информационных потоках о различных товарных рынках и рынках услуг; |
|                                       |  |   | РД4                               | Умение                  | проводить анализ рынка различных товаров или услуг;                                  |
|                                       |  |   | РД5                               | Умение                  | анализировать коммерческие предложения   |
|                                       |  |   | РД6                               | Навык                   | формирования требований потребителей к различным товарам и услугам;                  |
|                                       |  |   | РД7                               | Навык                   | навыки выбора поставщиков потребительских товаров с учетом различных требований      |

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

| Воспитательные задачи  | Формирование ценностей  | Целевые ориентиры   |
|--|---|---|
| <b>1 Формирование гражданской позиции и патриотизма</b>                      |   |   |
| Формирование чувства гордости за достижения России                           | Достоинство<br>Патриотизм<br>Высокие нравственные идеалы            | Трудолюбие<br>Гуманность<br>Ответственное отношение к окружающей среде и обществу   |
| <b>2 Формирование духовно-нравственных ценностей</b>                         |   |   |
| Воспитание экологической культуры и ценностного отношения к окружающей среде | Гуманизм<br>Высокие нравственные идеалы<br>Права и свободы человека | Способность находить, анализировать и структурировать информацию<br>Доброжелательность и открытость<br>Осознание себя членом общества |
| <b>3 Формирование научного мировоззрения и культуры мышления</b>             |   |   |
| Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям                     | Достоинство<br>Созидательный труд<br>Взаимопомощь и взаимоуважение  | Доброжелательность и открытость<br>Активная жизненная позиция<br>Инициативность   |
| <b>4 Формирование коммуникативных навыков и культуры общения</b>             |   |   |
| Формирование навыков публичного выступления и презентации своих идей         | Достоинство<br>Права и свободы человека<br>Созидательный труд       | Креативное мышление<br>Индивидуальность<br>Активная жизненная позиция   |

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Рынок товаров и услуг» входит в часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений.

### 3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

| Название ОПОП ВО |  | Часть УП | Семестр (ОФО) | Трудоемкость | Объем контактной работы (час) | СРС |  |
|------------------|--|----------|---------------|--------------|-------------------------------|-----|--|
|------------------|--|----------|---------------|--------------|-------------------------------|-----|--|

|                             | Форма обучения |      | или курс (ЗФО, ОЗФО) | (З.Е.) | Всего | Аудиторная |       |      | Внеаудиторная |     |     | Форма аттестации |
|-----------------------------|----------------|------|----------------------|--------|-------|------------|-------|------|---------------|-----|-----|------------------|
|                             |                |      |                      |        |       | лек.       | прак. | лаб. | ПА            | КСР |     |                  |
| 38.05.02<br>Таможенное дело | ОФО            | C1.В | 7                    | 5      | 73    | 36         | 36    | 0    | 1             | 0   | 107 | Э                |

## 4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

### 4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

| №                       | Название темы  | Код результата обучения | Кол-во часов, отведенное на |           |          |            | Форма текущего контроля    |
|-------------------------|--|-------------------------|-----------------------------|-----------|----------|------------|----------------------------|
|                         |  |                         | Лек                         | Практ     | Лаб      | СРС        |                            |
| 1                       | Товар или услуга как один из способов удовлетворения потребностей            | РД1, РД6                | 6                           | 6         | 0        | 10         | защита практической работы |
| 2                       | Понятие и особенности товарного рынка.                                       | РД2                     | 6                           | 6         | 0        | 10         | защита практической работы |
| 3                       | Формирование рынка услуг   | РД3                     | 6                           | 6         | 0        | 22         | защита практической работы |
| 4                       | Комплексное исследование рынка товаров и услуг.                              | РД4                     | 6                           | 6         | 0        | 22         | защита практической работы |
| 5                       | Конкуренция и конкурентные преимущества, анализ конъюнктуры товарных рынков. | РД5, РД6, РД7           | 6                           | 6         | 0        | 22         | защита практической работы |
| 6                       | Стимулирование сбыта как средство воздействия на рынок.                      | РД7                     | 6                           | 6         | 0        | 21         | защита практической работы |
| <b>Итого по таблице</b> |  |                         | <b>36</b>                   | <b>36</b> | <b>0</b> | <b>107</b> |                            |

### 4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

*Тема 1 Товар или услуга как один из способов удовлетворения потребностей.*

Содержание темы: Понятие товара как средства удовлетворения потребностей. Характеристика трех уровней товара и его потребительская ценность. Система предпочтений потребителей относительно очередности реализации отдельных потребностей. Формирование у потребителя образа товара и потребностей в нем (2 час.).

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической работе.

*Тема 2 Понятие и особенности товарного рынка.*

Содержание темы: Характеристика товарного рынка. Элементы рынка и их взаимосвязи. Концепция продукта. Классификация продуктов. Рынок товаров промышленного назначения. Рынок потребительских товаров. Характеристика особенностей рынков отдельных товаров и товарных групп.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической работе.

*Тема 3 Формирование рынка услуг.*

Содержание темы: Особенности рынка услуг. Существующие классификации услуг. Ассортиментная и инновационная политика в сфере услуг. Теория организации обслуживания. Основные варианты организации системы сервиса. Основные принципы современного сервиса. Основные задачи системы сервиса. Содержание сервиса. Стандарты обслуживания. Оценка уровня развития сферы обслуживания. Коммуникативная политика в сфере услуг. Территориальные аспекты развития рынка услуг.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической работе.

*Тема 4 Комплексное исследование рынка товаров и услуг.*

Содержание темы: Значение исследования рынка товаров и услуг. Отечественный и зарубежный опыт проведения исследований рынка товаров и услуг. Планирование и организация сбора необходимой информации. Разработка измерительного инструментария. Техника исследования рынка. Цели и задачи прогнозирования рынка. Основные группы методов прогнозирования развития рынка.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической работе.

*Тема 5 Конкуренция и конкурентные преимущества, анализ конъюнктуры товарных рынков.*

Содержание темы: Понятие конкуренции и факторы формирования конкурентных преимуществ на рынке товаров и услуг. Исследование конъюнктуры товарных рынков. Понятие и основные элементы конъюнктуры рынка. Организация и проведение конъюнктурных исследований товарных рынков.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической работе.

*Тема 6 Стимулирование сбыта как средство воздействия на рынок.*

Содержание темы: Сущность стимулирования сбыта. Основные цели и задачи стимулирования сбыта. Стратегии стимулирования сбыта. Виды и основные формы стимулирования сбыта. Современные методы стимулирования сбыта. Разработка программ стимулирования сбыта. Стимулирование сбыта в интернете.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической работе.

## **5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)**

### **5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы**

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на лекциях и практических занятиях, выполнение аттестационный мероприятий, эффективную самостоятельную работу. В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на самостоятельную проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение индивидуального задания по СРС по теме.

### **5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

## **6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

## **7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **7.1 Основная литература**

1. Еремин, В. Н., Маркетинг: основы и маркетинг информации. : учебник / В. Н. Еремин. — Москва : КноРус, 2023. — 647 с. — ISBN 978-5-406-11436-0. — URL: <https://book.ru/book/950074> (дата обращения: 18.06.2025). — Текст : электронный.

2. Калачев, С. Л. Товароведение и товарный менеджмент товаров для творчества, развития, спорта, активного отдыха и мебели : учебник / С. Л. Калачев, Н. А. Ибрагимова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 221 с. - ISBN 978-5-394-05295-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1996282> (Дата обращения -18.06.2025)

3. Николаева, М. А. Товарная информация : учебник / М.А. Николаева, Л.В.Карташова — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2024. — 256 с. - ISBN 978-5-91768-650-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2073478> (Дата обращения 18.04.2025)

4. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15611-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535817> (дата обращения: 12.03.2025).

## **7.2 Дополнительная литература**

1. Николаева М. Рынок продовольственных товаров: состояние и перспективы развития : монография / Николаева М., А., Рязанова О., А., Клещевский Ю., Н., Худякова О., Д., Худяков М. С.— Москва : Русайнс, 2020. — 224 с. — ISBN 978-5-4365-2546-4. — URL: <https://book.ru/book/934969> (дата обращения: 08.03.2023). — Текст : электронный.

2. Особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности: рынок медицинских услуг : учебно-методическое пособие / составители И. В. Шилова, Ю. В. Шурчкова. — Воронеж : ВГУ, 2020. — 81 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/433025> (дата обращения: 19.11.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Петухова, Ж. Г. Аналитический маркетинг. Исследование рынка : учебное пособие / Ж. Г. Петухова. — Норильск : ЗГУ им. Н.М. Федоровского, 2021. — 90 с. — ISBN 978-589009-742-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/224552> (дата обращения: 17.06.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Ребязина, В. А. Учебный кейс: Маркетплейс OZON в борьбе за рынок электронной коммерции в России : учебный кейс / В. А. Ребязина, А. Г. Старков. — Москва : Национальный ресурсный центр учебных кейсов Высшей школы бизнеса НИУ ВШЭ, 2022. — 33 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/284558> (дата обращения: 20.05.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

## **7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):**

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
3. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru" - Режим доступа: <https://book.ru/>
4. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
5. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
6. Open Academic Journals Index (OAJ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

7. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

8. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

**8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

Основное оборудование:

- Проектор

Программное обеспечение:

- КонсультантПлюс

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Фонд оценочных средств  
для проведения текущего контроля  
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

**РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ**

Специальность и специализация  
38.05.02 Таможенное дело. Таможенные услуги во внешнеэкономической деятельности

Год набора на ОПОП  
2025

Форма обучения  
очная

Владивосток 2025

## 1 Перечень формируемых компетенций

| Название ОПОП ВО, сокращенное   | Код и формулировка компетенции   | Код и формулировка индикатора достижения компетенции                                      |
|---------------------------------|--|---|
| 38.05.02 «Таможенное дело» (ТД) | ПКВ-1 : Способен организовывать, предоставлять и контролировать комплекс услуг по осуществлению внешнеэкономической деятельности и анализировать её результаты | ПКВ-1.1к : оценивает экспортный потенциал организации и потребности организации в импорте |

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

## 2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

**Компетенция ПКВ-1 «Способен организовывать, предоставлять и контролировать комплекс услуг по осуществлению внешнеэкономической деятельности и анализировать её результаты»**

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

| Код и формулировка индикатора достижения компетенции                                      | Результаты обучения по дисциплине |                        |  | Критерии оценивания результатов обучения |
|---|-----------------------------------|------------------------|--|--|
|   | Код<br>ре-<br>з-<br>та            | Тип<br>ре-<br>з-<br>та | Результат  |  |
| ПКВ-1.1к : оценивает экспортный потенциал организации и потребности организации в импорте | РД 1                              | Знание                 | основных характеристик товарного рынка;  | собеседование                            |
|   | РД 2                              | Знание                 | основных источников получения первичной и вторичной информации о рынке               | собеседование                            |
|   | РД 3                              | Умение                 | ориентироваться в информационных потоках о различных товарных рынках и рынках услуг; | практическая работа                      |
|   | РД 4                              | Умение                 | проводить анализ рынка различных товаров или услуг;                                  | практическая работа                      |
|   | РД 5                              | Умение                 | анализировать коммерческие предложения   | практическая работа                      |
|   | РД 6                              | Навык                  | формирования требований по потребителей к различным товарам и услугам;               | практическая работа                      |
|   | РД 7                              | Навык                  | навыки выбора поставщиков потребительских товаров с учетом различных требований      | практическая работа                      |

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

### 3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

| Контролируемые планируемые результаты обучения | Контролируемые темы дисциплины  | Наименование оценочного средства и представление его в ФОС                         |                             |
|--|---|--|-----------------------------|
|  |   | Текущий контроль   | Промежуточная аттестация    |
| Очная форма обучения                           |   |  |                             |
| РД1  | Знание : основных характеристик товарного рынка;  | 1.1. Товар или услуга как один из способов удовлетворения потребностей             | Практическая работа<br>Тест |
|  |   |  | Собеседование<br>Тест       |
| РД2  | Знание : основных источников получения первичной и вторичной информации о рынке               | 1.2. Понятие и особенности товарного рынка.  | Собеседование<br>Тест       |
| РД3  | Умение : ориентироваться в информационных потоках о различных товарных рынках и рынках услуг; | 1.3. Формирование рынка услуг  | Практическая работа<br>Тест |
| РД4  | Умение : проводить анализ рынка различных товаров или услуг;                                  | 1.4. Комплексное исследование рынка товаров и услуг.                               | Практическая работа<br>Тест |
| РД5  | Умение : анализировать коммерческие предложения   | 1.5. Конкуренция и конкурентные преимущества , анализ конъюнктуры товарных рынков. | Практическая работа<br>Тест |
| РД6  | Навык : формирования требований потребителей к различным товарам и услугам;                   | 1.1. Товар или услуга как один из способов удовлетворения потребностей             | Практическая работа<br>Тест |
|  |   | 1.5. Конкуренция и конкурентные преимущества , анализ конъюнктуры товарных рынков. | Практическая работа<br>Тест |
| РД7  | Навык : навыки выбора поставщиков потребительских товаров с учетом различных требований       | 1.5. Конкуренция и конкурентные преимущества , анализ конъюнктуры товарных рынков. | Практическая работа<br>Тест |
|  |   | 1.6. Стимулирование сбыта как средство воздействия на рынок.                       | Практическая работа<br>Тест |

### 4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

|                          | Оценочное средство |    |               |       |
|--------------------------|--------------------|----|---------------|-------|
|                          | собеседование      | ПЗ | Итоговый тест | Итого |
| Лекции                   | 20                 |    |               | 20    |
| Практические занятия     |                    | 60 |               | 60    |
| Самостоятельная работа   |                    |    |               |       |
| Промежуточная аттестация |                    |    | 20            | 20    |
| Итого                    |                    |    | 20            | 100   |

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

| Сумма баллов по дисциплине | Оценка по промежуточной аттестации   | Характеристика качества сформированности компетенции  |
|----------------------------|--------------------------------------|---|
| от 91 до 100               | «зачтено» / «отлично»                | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умеет применять их в ситуациях повышенной сложности. |
| от 76 до 90                | «зачтено» / «хорошо»                 | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.   |
| от 61 до 75                | «зачтено» / «удовлетворительно»      | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.   |
| от 41 до 60                | «не зачтено» / «неудовлетворительно» | У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.   |
| от 0 до 40                 | «не зачтено» / «неудовлетворительно» | Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.   |

## 5 Примерные оценочные средства

### 5.1 Примеры тестовых заданий

К составляющим анализа рынка основных средств производства не относится:

- 1) общая емкость рынка;
- 2) рациональное распределение спроса;
- 3) собственная доля рынка;
- 4) анализ товаров или услуг

К какому методу комплексного исследования рынка относится изучение различного рода справочников и статистической литературы

- 1) кабинетные исследования;
- 2) внекабинетные исследования;
- 3) полевые исследования;
- 4) прямые исследования;

Какой критерий не относится к классификационным критериям методов прогноза?

- 1) Дискриминантный
- 2) Количественный
- 3) Экстраполяция тренда
- 4) Прогнозы на основе индикаторов

К основным рыночным индикаторам, которые принимаются во внимание при анализе рынка не относится:

- 1) Спрос
- 2) Предложение
- 3) Цена
- 4) Потребитель

Традиционалисты – это потребители, которые

- 1) предпочтают отечественные продукты и товары
- 2) являются активными подражателями
- 3) покупают продукты подешевле, любят распродажи.
- 4) доверяют тем маркам, в качестве которых убедились сами

Спрос-это

1) количество товаров определенного вида, которое покупатели готовы купить при определенном уровне цен на них

- 2) количество товаров, желаемое потребителем
- 3) необходимость в тех или иных товарах
- 4) возможность приобретения тех или иных товаров

Предложение – это

1) количество товаров, которое продавец готов предложить для продажи при определенном уровне цен на эти товары

- 2) объем товаров или услуг
- 3) необходимость в тех или иных товарах
- 4) удовлетворение потребностей потребителя в тех или иных товарах

*Краткие методические указания*

Каждому студенту формируется индивидуальный тест в электронной форме, содержащий 10 вопросов с ответами

*Шкала оценки*

За каждый тест выставляется 3 балла (если на все вопросы даны правильные ответы).

## 5.2 Примеры заданий для выполнения практических работ

**Практическое занятие по теме 3.** Цель работы: Знакомство со спецификой и особенностями отдельных рынков услуг. Выполнение группового ситуационного задания №3 «Предлагается стать инициаторами организации предприятия сферы услуг (по предложению преподавателя) в одном из павильонов торгового центра, аналогичных уже имеющегося у реального предприятия». Следует обосновать действия по выведению организованного предприятия на рынок при условии, что такие же (аналогичные) услуги уже имеются в данном торговом центре».

**Ход занятия.**

Студенты объединяются в команды по 4-6 человек по желанию. Для идентификации выполненных заданий каждая команда присваивает себе название и выбирает лидера.

В случае онлайн-обучения допускается индивидуальное выполнение задания.

Выполненное задание оформляется в виде текста формата А4. (шрифт 12 Times New Roman) и презентация в PowerPoint.

Содержание:

1. Обсуждение основных понятий по теме. «Разминка» по глоссарию – каждому студенту задается вопрос «по цепочке».

- 2. Дискуссия по проблемам развития рынка услуг.
- 3. Выполнение группового ситуационного задания №3

3.1. Проработка лекционного материала: ознакомление с презентацией лекции, знакомство с дополнительными источниками информации

Предлагается ознакомиться с [видео](#) лекцией, электронными учебниками и другими электронными ресурсами по теме.

3.2. Ситуационное задание №3 «Предлагается стать инициаторами организации предприятия сферы услуг(по предложению преподавателя) в одном из павильонов торгового центра , аналогичных уже имеющегося у реального предприятия». Следует обосновать действия по выведению организованного предприятия на рынок при условии, что такие же (аналогичные) услуги уже имеются в данном торговом центре.

При этом необходимо выполнить:

- 3.2. 1. дать название павильона (отдела);
- 3.2. 2. определить цели и задачи на перспективу;
- 3.2.3. определить, кто будет основной потребитель данных услуг, дать общую характеристику потребителя;
- 3.2.4. дать характеристику услуги – по замыслу, в реальном исполнении, товар с подкреплением;
- 3.2.5.дать общую характеристику рынка данного вида услуг на уровне Приморского края (или г. Владивостока), используя статистические данные по Приморскому краю;
- 3.2.6.составить список вопросов (разного вида) с ответами, которые по вашему мнению, позволяют выявить предпочтения потребителей (не менее 15);
- 3.2.7. провести анкетирование 30 потенциальных потребителей;
- 3.2.8. используя различные виды диаграмм, проанализировать полученные социологические данные, сделать выводы;
- 3.2.9.определить возможные конкурентные преимущества и наметить пути как можно обойти конкурентов;
- 3.2.10.обосновать в чем заключаются особенности и различия в исследовании услуг от исследования товара практического задания №2.

4.Оформить результаты групповых заданий в виде презентации в PowerPoint и представить к защите.

5. Проведение рефлексии. Даёт возможность осознать содержание пройденного, оценить эффективность собственной работы на занятии.

#### *Краткие методические указания*

Защита задания производится студентами на практическом занятии.

#### *Шкала оценки*

| Оценка | Баллы | Описание   |
|--------|-------|--|
| 5      | 11-14 | выставляется студентам, если задание выполнено полностью с обоснованием. При этом аргументировано представлена точка зрения, подтверждающая глубокое знание материала. Приведены статистические сведения, мнения ученых, практиков и т.п.                                    |
| 4      | 8-10  | выставляется студентам, если задание выполнено полностью, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения. Однако нет достаточной аргументации. Продемонстрированы умения и навыки.  |
| 3      | 5-7   | выставляется студентам, если задание выполнено не полностью и не содержит никаких обоснований. Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта теоретическая составляющая темы. |
| 2      | 1-4   | цель задания не достигнута, используется полностью заимствованный материал.  |