

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.08.2021 17:38:09

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Изучение конъюнктуры рынка

Закреплена за кафедрой **Коммерция и логистика**

Учебный план 38.03.06.01_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	Неделя			
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	36	36	36	36
Практические	54	54	54	54
В том числе инт.	30	30	30	30
Итого ауд.	90	90	90	90
Контактная	90	90	90	90
Сам. работа	18	18	18	18
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: формирование у студентов целостной системы знаний о теоретических, методологических и практических подходах к организации изучения конъюнктуры рынка.
1.2	Задачи: установление студентами значимости, силы действия отдельных факторов на формирование конъюнктуры; развитие навыков у студентов по выявлению, ведущих определяющих конъюнктуру факторов в каждый отдельный момент и на ближайшие перспективы; изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей, выбор и реализация стратегии ценообразования; изучение студентами различных сторон и элементов рыночной ситуации

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

Знать:

методы оценки ассортимента

Уметь:

проводить количественный и качественный сбор информации

Владеть:

навыками управления ассортиментом предприятия

ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

Знать:

основные типы деловых партнеров

Уметь:

выбирать необходимый тип деловых переговоров

Владеть:

навыками контроля за выполнением результатов деловых переговоров