

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Самарский государственный экономический университет»

Институт коммерции, маркетинга и сервиса

Кафедра коммерции, сервиса и туризма

АННОТАЦИЯ  
по дисциплине

Наименование дисциплины Исследование рынка в коммерции

Направление подготовки/специальность 38.03.06 Торговое дело  
(указывается код и наименование направления подготовки/специальности)

Образовательная программа  
Коммерция

(указывается наименование программы бакалавриата/магистратуры/специализации)

Соответствует РПД

« 06 » июня 2016 г.  
Д.В. Чернова /МУ СГЭУ/

Зав. кафедрой Д.В. Чернова /Чернова Д.В./

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(указывается квалификация (степень) выпускника в соответствии с ФГОС ВО)

Самара 2016

## 1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа по дисциплине «Исследование рынка в коммерции» разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, компетентностным подходом, реализуемым в системе высшего образования.

Целью дисциплины «Исследование рынка в коммерции» является изучение основных положений и подходов к осуществлению рыночных исследований с учетом специфики коммерческой деятельности, а также определения основных направлений исследования рынка в коммерции.

В соответствии с поставленными целями преподавание дисциплины реализует следующие задачи:

вид деятельности: *торгово-технологическая*:

- 1) изложение теоретико-методологических основ исследования рынка;
- 2) ознакомление с целями исследования рынка и рыночных процессов;
- 3) проведение различных расчетов с целью формирования выводов, характеризующих состояние и развитие рыночной ситуации.

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Исследование рынка в коммерции» входит в вариативную часть блока Б.1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины основывается на знаниях, умениях и навыках, приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин: «Статистика», «Методы моделирования и прогнозирования в экономике», «Маркетинг».

Для успешного освоения курса студенты должны:

- знать основы статистического исследования рынка товаров и услуг, основные методы моделирования и прогнозирования в экономике, маркетинговую модель рынка;
- уметь выявлять и анализировать закономерности развития рынка, оценивать его темпы развития, прогнозировать конъюнктуру рынков товаров и услуг, оценивать емкость рынка различных товаров;
- владеть навыками анализа экономических ситуаций, общеэкономической оценки параметров коммерческой деятельности, моделирования и прогнозирования рыночных процессов, методологией маркетинговых исследований.

Знания, умения и навыки, формируемые дисциплиной «Исследование рынка в коммерции», являются необходимыми для изучения последующих дисциплин (таблица 1).

Таблица 1

Междисциплинарные связи с последующими дисциплинами

| № п/п | Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин | №№ тем данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |
|-------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|
|       |                                                     | 1                                                                                         | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 1     | Коммерция услуг                                     |                                                                                           |   |   |   |   |   | + | + | + | +  | +  |
| 2.    | Государственная итоговая аттестация                 |                                                                                           |   | + | + | + | + | + | + | + | +  | +  |

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины «Исследование рынка в коммерции» в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

- общепрофессиональные:

ОПК-4: способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-

