

**Аннотация  
рабочей программы учебной дисциплины  
«ИНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РЫНКА»**

**1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1.1. Цель изучения дисциплины** - формирование у обучающихся теоретических знаний и практических умений и навыков по основам организации и функционирования элементов инфраструктуры товарного рынка.

**1.2 Задачи учебной дисциплины:**

- изучение основных элементов рыночной инфраструктуры и особенностей их функционирования;
- характеристика факторов, влияющих на развитие инфраструктуры товарного рынка и основных тенденций развития;
- изучение особенностей функционирования коммерческой организации в инфраструктуре рынка;
- выявление роли, функций и видов бирж в рыночной экономике, исследование основ организации и оценки их деятельности;
- изучение посреднических структур в торговле, обеспечивающих эффективное доведение товаров до потребителя.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО**

**2.1. Цикл (раздел) ООП:**

Дисциплина относится к циклу Б1.В.ОД.3.5 «Профессиональный цикл» подраздела «Обязательные дисциплины»

**2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП**

Дисциплина «Инфраструктура товарного рынка» взаимосвязана с такими дисциплинами как: «Маркетинг», «Логистика», «Производственный менеджмент», «Управление рынком сбыта» и др.

**3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код соответствующей компетенции по ГОС ВПО	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ДПК - 8	Способность применять знания особенностей элементов инфраструктуры товарного рынка для решения профессиональных задач	<b>Знать:</b> элементы инфраструктуры товарного рынка, их характерные черты; основы организации и управления деятельности страховых компаний, аудиторских, лизинговых, консалтинговых и других структур для решения профессиональных задач; особенности информационно-методического обеспечения деятельности на товарном рынке; характерные черты организации торгово-посреднической деятельности предприятий; <b>Уметь:</b> осуществлять хозяйственные связи с производственными и непроизводственными организациями, входящие в инфраструктуру рынка с целью обеспечения обращения товаров.

		<b>Владеть:</b> способностью оценки различных факторов риска с учетом общепринятых критериев.
ДПК - 9	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности в области маркетингового исследования	<b>Знать:</b> состав инфраструктуры товарного рынка; роли и функции отдельных ее элементов. <b>Уметь:</b> принимать обоснованные коммерческие и управленческие решения в процессе осуществления основных бизнес-процессов, осуществляемых в процессе товародвижения различными участниками товарного рынка. <b>Владеть:</b> современными инновационными подходами в формировании инфраструктуры товарного рынка в соответствии с международными стандартами и их внедрением.

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Характеристика элементов инфраструктуры рынка.

- 1.1. Рынок как условие и объективная экономическая основа развития экономики.
- 1.2. Основные элементы инфраструктуры товарного рынка.
- 1.3. Маркетинговые посредники как основа инфраструктуры товарного рынка.

Раздел 2. Характеристика торговых организаций.

- 2.1. Понятие, роль и виды торговых организаций.
- 2.2. Товарная биржа как элемент рыночного механизма.
- 2.3. Характеристика деятельности ярмарок и выставок на рынке.

Раздел 3. Организации по оказанию услуг.

- 3.1. Оказание лизинговых услуг на рынке.
- 3.2. Характеристика рынка страховых услуг.
- 3.3. Характеристика рынка транспортно – экспедиционных услуг.

#### 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, семинарское занятие, консультация, дифференцированный зачет), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии, тренинг, тестирование, выполнение творческих (проблемных) заданий, решение задач, анализ конкретных ситуаций, разработка проблемы и подготовка презентации).

**Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:**

*Савченкова О.О., преподаватель кафедры маркетинга и логистики.*