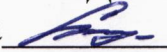


**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета  К.А. Скляров
«31» августа 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«Рынок строительной продукции и его сегментация»

Направление подготовки 08.04.01 Строительство

Программа Маркетинг строительных материалов, изделий и конструкций

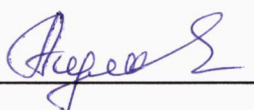
Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года

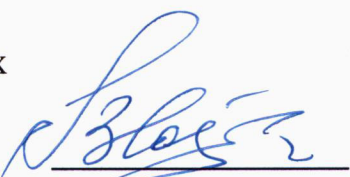
Форма обучения очная

Год начала подготовки 2018

Автор программы

 /Акулова И.И./

Заведующий кафедрой
Технологии строительных
материалов, изделий и
конструкций

 /Власов В.В./

Руководитель ОПОП

 /Акулова И.И./

Воронеж 2019

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели дисциплины

обучение основным экономическим законам рынка и принципам функционирования рыночного механизма, формам и рычагам государственного регулирования экономики, методам выделения целевых рыночных сегментов, особенностям товародвижения строительной продукции (компетенции

1.2. Задачи освоения дисциплины

- изучение сущности рыночного механизма, параметров и структуры рынка строительной продукции;
- изучение основных экономических законов и закономерностей развития строительного комплекса;
- изучение условий конкуренции и механизма антимонопольного регулирования экономики;
- изучение форм и методов государственного воздействия на экономическую деятельность;
- изучение особенностей и этапов жизненного цикла строительной продукции;
- изучение возможностей применения логистического подхода в системе товародвижения строительной продукции;
- изучение основных задач, принципов и критериев сегментации рынка строительной продукции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Рынок строительной продукции и его сегментация» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Рынок строительной продукции и его сегментация» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-1 - способен применять методы маркетинговых исследований и систематизировать маркетинговую информацию

ПК-3 - способен формулировать предложения по улучшению ассортимента, повышению качества и конкурентоспособности продукции

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
ПК-1	Знать особенности строительной продукции и учитывать их при выборе целевых сегментов деятельности организации

	Уметь собирать и систематизировать информацию о ситуации на рынке строительной продукции
	Владеть навыками анализа динамики объемов продаж в зависимости от фазы жизненного цикла продукции
ПК-3	Знать сущность рыночного механизма
	Уметь формулировать предложения по улучшению ассортимента продукции
	Владеть навыками выбора целевых сегментов

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Рынок строительной продукции и его сегментация» составляет 5 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий
очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		2
Аудиторные занятия (всего)	48	48
В том числе:		
Лекции	16	16
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	16	16
Самостоятельная работа	105	105
Часы на контроль	27	27
Виды промежуточной аттестации - экзамен	+	+
Общая трудоемкость: академические часы зач.ед.	180 5	180 5

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего, час
1	Рынок: понятие, краткая характеристика и структура	Понятие рынка, его характерные черты, параметры и структура. Основные экономические законы рынка. Сущность рыночного механизма и рыночное равновесие. Эластичность спроса от цены на продукт. Типы конкуренции.	4	2	4	21	30

		Деформации рыночного механизма.					
2	Государственное регулирование экономики рыночной	Необходимость и возможность государственного регулирования рыночной экономики. Условия и объекты государственного регулирования. Формы и методы государственного регулирования экономики. Антимонопольное регулирование экономической деятельности.	4	-	-	21	30
3	Строительный рынок: идентификация и взаимосвязи	Особенности строительного рынка. Жилищное строительство и доступность жилья. Первичный и вторичный рынки жилья. Спрос и предложение на рынке недвижимости.	2	4	-	21	33
4	Рынок строительной продукции, его особенности и структура	Жизненный цикл строительной продукции. Архитектурно-строительная система здания как основа строительной продукции. Каналы распределения строительной продукции. Региональный рынок строительных материалов. Цена потребления строительных материалов и изделий.	2	2	6	21	30
5	Сегментация рынка и позиционирование строительной продукции	Сегментация рынка и ее основные задачи. Критерии и методы рыночной сегментации. Проблема выбора целевых сегментов. Особенности сегментации рынка строительной продукции. Сегментация регионального рынка жилья по уровню доходов потребителей. Позиционирование продукции.	2	4	6	21	30
Итого			16	16	16	105	153

5.2 Перечень лабораторных работ

Лабораторная работа № 1. Эластичность спроса от цены на продукт

Лабораторная работа № 2. Формирование каналов распределения строительной продукции.

Лабораторная работа № 3. Принципы сегментации и выбор целевых рынков

Лабораторная работа № 4. Позиционирование продукции и построение ценностной цепи.

Лабораторная работа № 5. Построение карты позиционирования.

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины не предусматривает выполнение курсового проекта (работы) или контрольной работы.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

7.1.1 Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
ПК-1	Знать особенности строительной продукции и учитывать их при выборе целевых сегментов деятельности организации	Посещение лекционных, практических и лабораторных занятий, защита лабораторных работ, ответы на тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь собирать и систематизировать информацию о ситуации на рынке строительной продукции	Посещение лекционных, практических и лабораторных занятий, защита лабораторных работ, ответы на тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть навыками анализа динамики объемов продаж в зависимости от фазы жизненного цикла продукции	Посещение лекционных, практических и лабораторных занятий, защита лабораторных работ, ответы на тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
ПК-3	Знать сущность рыночного механизма	Посещение лекционных, практических и лабораторных занятий, защита лабораторных работ, ответы на тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь формулировать предложения по улучшению ассортимента продукции	Посещение лекционных, практических и лабораторных занятий, защита лабораторных работ, ответы на тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть навыками выбора целевых сегментов	Посещение лекционных, практических и лабораторных занятий, защита лабораторных работ, ответы на тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 2 семестре для очной формы обучения по четырехбалльной системе:

«отлично»;

«хорошо»;

«удовлетворительно»;

«неудовлетворительно».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
ПК-1	Знать особенности строительной продукции и учитывать их при выборе целевых сегментов деятельности организации	Экзаменационный билет	При ответе на вопросы получено свыше 12 баллов	При ответе на вопросы получено от 10 до 12 баллов	При ответе на вопросы получено от 7 до 9 баллов	При ответе на вопросы получено менее 7 баллов
	Уметь собирать и систематизировать информацию о ситуации на рынке строительной продукции	Решение стандартных практических задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	Владеть навыками анализа динамики объемов продаж в зависимости от фазы жизненного цикла продукции	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
ПК-3	Знать сущность рыночного механизма	Экзаменационный билет	При ответе на вопросы получено свыше 12 баллов	При ответе на вопросы получено от 10 до 12 баллов	При ответе на вопросы получено от 7 до 9 баллов	При ответе на вопросы получено менее 7 баллов
	Уметь формулировать предложения по улучшению ассортимента продукции	Решение стандартных практических задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	Владеть навыками выбора целевых сегментов	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

7.2 Примерный перечень оценочных средств (типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

1. Строительство относится к отраслям,

- 1) создающим материальные блага;
- 2) оказывающим материальные услуги;
- 3) создающим нематериальные блага;
- 4) нематериального производства.

2. Экономике централизованного планирования характеризует

- 1) конкуренция;
- 2) многообразие форм собственности;
- 3) плановое распределение ресурсов и капитальных вложений;
- 4) свободный перелив капитала.

3. Экономика свободной торговли характеризуется

- 1) плановым ценообразованием;
- 2) свободной конкуренцией;
- 3) сочетанием рыночных и плановых регуляторов;
- 4) плановым распределением ресурсов.

4. Хозяйственная деятельность, направленная на систематическое получение прибыли, называется

- 1) предпринимательством;
- 2) менеджментом;
- 3) маркетингом;
- 4) синтезом.

5. Элементом структуры рыночного механизма не является

- 1) директивное планирование;
- 2) предложение;
- 3) спрос;
- 4) цена.

6. К основным функциям рынка относятся

- 1) посредническая;
- 2) ценообразующая;
- 3) стимулирующая;
- 4) все перечисленное.

7. Представленное на рынке потребное количество товара, обеспеченного покупательной способностью, определяет

- 1) динамику производства;
- 2) предложение;
- 3) обмен;
- 4) спрос.

8. К факторам, воздействующим на объем предложения товара на рынке, относятся

- 1) налоговая среда;
- 2) цена товара;

- 3) количество производителей;
- 4) все перечисленное.

9. Метод конкурентной борьбы, в основу которого положено достижение более высокого качества, называется

- 1) качественной конкуренцией;
- 2) ценовой конкуренцией;
- 3) монополистической конкуренцией.

10. Рыночная среда, в которой цена контролируется группой предприятий, называется

- 1) рынком чистой конкуренции;
- 2) рынком монополистической конкуренции;
- 3) рынком олигополистической конкуренции;
- 4) рынком чистой монополии.

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

1. Процесс развития продаж товара, состоящий из четырех последовательных этапов, называется

- 1) товародвижением;
- 2) жизненным циклом продукции;
- 3) сегментацией;
- 4) стимулированием сбыта.

2. Самой дорогой стадией жизненного цикла продукции является

- 1) внедрение;
- 2) рост;
- 3) зрелость;
- 4) спад.

3. Жизненный цикл товара состоит из следующих последовательно сменяющихся друг друга фаз

- 1) рост, зрелость, внедрение, спад;
- 2) внедрение, рост, зрелость, спад;
- 3) внедрение, зрелость, рост, спад;
- 4) внедрение, рост, спад, выведение.

4. Фаза роста в жизненном цикле продукции определяется

- 1) признание товара покупателями и быстрое увеличение спроса на него;
- 2) стабилизация объемов продаж;
- 3) снижение темпов роста продаж при некотором росте прибыльности;
- 4) отсутствие роста объемов продаж.

5. К прямому каналу товародвижения относится

- 1) продажа продукции через брокера;
- 2) продажа продукции через магазин дилера;
- 3) продажа через магазин производителя;
- 4) продажа через магазин розничной торговли.

6. Процесс разбиения потребителей на группы на основе различных предпочтений называется

- 1) простым выделением;
- 2) позиционированием;
- 3) сегментацией;
- 4) дисконтированием.

7. Определение целевого рынка является функцией

- 1) сегментации;
- 2) исследования рынка;
- 3) конкуренции;
- 4) регулирования.

8. Формирование сегмента по составу семьи относится критерию сегментации

- 1) географическому;
- 2) психографическому;
- 3) демографическому;
- 4) поведенческому.

9. Позиционирование рынка — это

- 1) выделение групп целевых потребителей;
- 2) выделение товара среди аналогов по определенным характеристикам, обеспечивающим его конкурентоспособность;
- 3) широкомасштабная рекламная компания;
- 4) поиск возможности расширения использования продукта без внесения в него каких-либо изменений.

10. Атрибутом позиционирования является

- 1) количество сотрудников;
- 2) мощность предприятия;
- 3) широта ассортимента выпускаемой продукции;
- 4) цена.

7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

Не предусмотрено учебным планом

7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

Не предусмотрено учебным планом

7.2.5 Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Понятие маркетинга, его сущность и основные функции.
2. Эволюция концепции маркетинга и его современное содержание.
3. Задачи маркетинга и виды профессиональной деятельности маркетолога.
4. Понятие рынка, его характерные черты и параметры
5. Структура рынка.
6. Основные экономические законы рынка.
7. Сущность рыночного механизма, равновесие рынка.
8. Эластичность спроса от цены на продукт.

9. Конкуренция как составной элемент рыночного механизма, типы конкуренции.
10. Деформация рыночного механизма.
11. Количественная оценка степени монополизации рынка.
12. Необходимость и возможность государственного регулирования рыночной экономики.
13. Условия и объекты государственного регулирования экономики.
14. Формы и методы государственного регулирования экономики
15. Антимонопольное регулирование экономической деятельности
16. Строительный рынок и его структура.
17. Участники, спрос и предложение на первичном рынке жилья.
18. Участники, спрос и предложение на вторичном рынке жилья.
19. Проблема доступности жилья населению.
20. Особенности и жизненный цикл строительной продукции.
21. Архитектурно-строительная система (АСС) здания как основа строительной продукции
22. Региональный рынок строительных материалов.
21. «Цена потребления» строительных материалов и изделий.
22. Специфика материальных потоков в строительстве.
23. Формирование каналов распределения строительных материалов и изделий.
24. Определение минимальных размеров запасов материальных ресурсов на предприятии промышленности строительных материалов.
25. Сегментация рынка, ее основные задачи и этапы.
26. Критерии сегментации рынков потребительских товаров и продукции производственного назначения.
27. Методы рыночной сегментации.
28. Проблема выбора целевых сегментов и основные подходы к их освоению.
29. Особенности сегментации рынка строительной продукции.
30. Сегментация регионального рынка жилья по уровню дохода потребителей.
31. Сущность и виды позиционирования продукции.
32. Метод построения карты позиционирования.
33. Репозиционирование продукции.

7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Экзамен проводится по билетам, каждый из которых содержит 3 вопроса. Каждый правильный ответ на вопрос в тесте оценивается по пятибалльной шкале от 1 балла до 5. Максимальное количество набранных баллов – 15.

1. Оценка «Неудовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал менее 7 баллов.

2. Оценка «Удовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал от 7 до 9 баллов

3. Оценка «Хорошо» ставится в случае, если студент набрал от 10 до 12 баллов.

4. Оценка «Отлично» ставится, если студент набрал свыше 12 баллов.

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Рынок: понятие, краткая характеристика и структура	ПК-1, ПК-3	Тест Защита лабораторных работ Экзамен
2	Государственное регулирование рыночной экономики	ПК-1, ПК-3	Тест Защита лабораторных работ Экзамен
3	Строительный рынок: идентификация и взаимосвязи	ПК-1, ПК-3	Тест Защита лабораторных работ Экзамен
4	Рынок строительной продукции, его особенности и структура	ПК-1, ПК-3	Тест Защита лабораторных работ Экзамен
5	Сегментация рынка и позиционирование строительной продукции	ПК-1, ПК-3	Тест Защита лабораторных работ Экзамен

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тестирование осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется проверка теста экзаменатором и выставляется оценка согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение стандартных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

8 УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков: учеб. пособие. - М.: Юрайт, 2010 - 906 с.
2. Асаул А.Н. Экономика недвижимости: учебник: рек. МО РФ. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2010 -621 с.

3. Экономическая теория. Учебник для вузов: рек. МО /Под ред. Т.Н. Добрыниной. – М.: Владос, 2011. – 745 с.
4. Беляевский, И. К. Сегментирование рынка: Учебно-практическое пособие / И.К. Беляевский; Г.П. Серебровская; Т.А. Тультаев. - Москва: Евразийский открытый институт, 2009. - 95 с.
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93144>

8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Электронный ресурс <http://www.iprbookshop.ru>

Сайты по вопросам маркетинга <http://sostav.ru/> и <http://4p.ru/>

Российская ассоциация маркетинга <http://www.ram.ru/>

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Компьютерный класс, презентационное оборудование

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По дисциплине «Рынок строительной продукции и его сегментация» читаются лекции, проводятся практические занятия и лабораторные работы.

Основой изучения дисциплины являются лекции, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе.

Практические занятия направлены на приобретение практических навыков выбора целевых сегментов. Занятия проводятся путем решения конкретных задач в аудитории.

Лабораторные работы выполняются в соответствии с методиками, приведенными в указаниях к выполнению работ.

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.
Практическое занятие	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Прослушивание аудио- и видеозаписей по

	заданной теме, выполнение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму.
Лабораторная работа	Лабораторные работы позволяют научиться применять теоретические знания, полученные на лекции при решении конкретных задач. Чтобы наиболее рационально и полно использовать все возможности лабораторных для подготовки к ним необходимо: следует разобрать лекцию по соответствующей теме, ознакомиться с соответствующим разделом учебника, проработать дополнительную литературу и источники, решить задачи и выполнить другие письменные задания.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоения учебного материала и развитию навыков самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие: - работа с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций; - выполнение домашних заданий и расчетов; - работа над темами для самостоятельного изучения; - участие в работе студенческих научных конференций, олимпиад; - подготовка к промежуточной аттестации.
Подготовка к промежуточной аттестации	Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед экзаменом три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.