

Б1.В.ДВ.4.2 Конкурентоспособность организаций и товаров

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является формирование у обучающихся теоретических знаний о конкурентоспособности и практических навыков обеспечения конкурентоспособности организаций и товаров.

Задачами дисциплины является изучение:

- теоретических положений о конкурентоспособности организаций и товаров, выявление закономерностей, связанных с обеспечением конкурентоспособности товаров и удовлетворением потребностей населения;
- критериев конкурентоспособности организаций и товаров;
- современных методов оценки конкурентоспособности организаций и товаров, обеспечивающих объективность результатов, минимальные затраты ресурсов и времени;
- свойств новых товаров и разработка номенклатуры показателей, необходимых и достаточных для комплексной оценки конкурентоспособности товаров.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Коды компетенций	Результаты освоения образовательной программы (компетенция или содержание достигнутого уровня освоения компетенции)	Результаты обучения
ПК-3	Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного спроса.	Знать: основные понятия цели, принципы, функции, сферы применения, объекты. Уметь: выявлять, формировать и удовлетворять потребности покупателей; проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности; прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию; оценивать конкурентоспособность организаций и товаров, сравнивать, анализировать и систематизировать полученные результаты, проводить математическую обработку результатов испытаний и измерений. Владеть: навыками применять принципы и методы оценки конкурентоспособности организаций и товаров в профессиональной деятельности
ПК-10	Способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	Знать: маркетинговые коммуникации, конъюнктуру товарного спроса. Уметь: анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка; применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой и маркетинговой деятельности. Владеть: методами маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; аналитическими методами для оценки конкурентоспособности организаций и товаров.

ПК-11	Способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).	<p>Знать: инновационные средства, технологии и методы обеспечения конкурентоспособности организаций и товаров.</p> <p>Уметь: формировать конкурентную политику организаций; разрабатывать конкурентную стратегию организаций.</p> <p>Владеть навыками: обеспечения конкурентоспособности организаций и товаров на основе активизации инновационной деятельности.</p>
-------	--	---

3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Конкурентоспособность организаций и товаров» входит в вариативную часть дисциплин по выбору Блока 1 «Дисциплины (модули)», включённых в учебный план направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

4. Содержание разделов дисциплин

Раздел 1. Теоретические представления о конкурентоспособности организаций и товаров

1. Конкуренция и конкурентоспособность организаций и товаров: основные понятия
2. Виды конкуренции
3. Принципы и факторы конкурентоспособности организаций и товаров

Раздел 2. Методы оценки конкурентоспособности организаций и товаров

4. Критерии конкурентоспособности организаций и товаров
- 5, 6. Методы оценки конкурентоспособности организаций и товаров
7. Пути повышения конкурентоспособности организаций и товаров

Раздел 3. Конкурентная стратегия

8. Конкурентная политика организаций
9. Конкурентные стратегии организаций

5. Общая трудоёмкость – часов/зачётных единиц -72/2, в том числе по очной (заочной) формам обучения:

1. Контактная работа 45(14) часов, в том числе:
лекций - 18(4) часов, практических занятий - 18(4) часов.

2. Самостоятельная работа 27(58) часа, из них на подготовку к промежуточной аттестации – 5(5) часа.

Аттестация – зачет.