

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Конкурентоспособность товаров и организаций»

Учебный курс «Конкурентоспособность товаров и организаций» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Конкурентоспособность товаров и организаций» относится к разделу вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (28 часов), практические занятия (28 часов, в том числе МАО 14 часов), самостоятельная работа студентов (88 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Конкурентоспособность товаров и организаций» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Маркетинговые исследования», «Статистика», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Управление маркетингом», «Международный маркетинг», и позволяет подготовить студента к прохождению преддипломной практики.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие конкурентных преимуществ и их источники; этапы проведения оценки конкурентоспособности предприятия; показатели конкурентоспособности; факторы, влияющие на конкурентоспособность товара и предприятия; методы, используемые для определения единичных и комплексного показателя конкурентоспособности. Практические ситуации разработаны с учетом специфики деятельности региональных компаний и компаний Азиатско-тихоокеанского региона. На базе подходов, разработанных в социологии, социальной психологии и других смежных дисциплинах рассматривается содержание вопроса конкурентоспособности товаров и организаций. Данный курс является необходимым «фундаментом» для понимания таких процессов как маркетинговые коммуникации, поведение потребителей и прочих, что выгодно отличает данную дисциплину от других дисциплин.

Цель - теоретическая подготовка студентов в области практического применения технологиями формирования и методами оценки конкурентоспособности товаров и организаций для определения и решения маркетинговых проблем предприятия.

Задачи:

1. определение предмета и профессионального поля «Конкурентоспособности товаров и организаций»;
2. умение проводить ситуационный анализ внешней и внутренней среды предприятия;
3. владение методикой оценки конкурентоспособности товаров и организаций
4. выявление и оценка устойчивых конкурентных преимуществ предприятий;
5. владение современными способами управления конкурентными преимуществами
6. формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

Для успешного изучения дисциплины «Конкурентоспособность товаров и организаций» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 - способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - факторы конкурентоспособности товаров, ассортимента и предприятий; - этапы проведения оценки конкурентоспособности товаров и организаций
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - применять методы оценки конкурентоспособности товаров и организаций; - диагностировать дефекты, оценивать уровень качества товаров
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методикой оценки конкурентоспособности товаров и организаций; - навыками осуществления контроля качества товаров и услуг
ПК-9 - готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - виды конкурентных преимуществ предприятий; - подходы, применяемые при анализе конкурентоспособности объекта; - возможности применения результатов анализа конкурентоспособности предприятия для разработки стратегии организации.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - выявлять устойчивые конкурентные преимущества предприятий; - применять методы анализа, оценки конкурентных преимуществ; - оценивать рыночную ситуацию и устойчивые конкурентные преимущества предприятия; - применять результаты анализа для разработки стратегии организации; - определять цели предприятий и разрабатывать стратегический план по их достижению
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - умениями выбора стратегий маркетинга, принятия решений на основе оценки конкурентоспособности товаров и организаций - методами конкурентного анализа

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Конкурентоспособность товаров и организаций» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: деловая игра, ситуационные задачи (кейс-стади), семинар-дискуссия, составление интеллект-карт.