

## АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины  
УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 – «Торговое дело»

Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

<b>Цель изучения дисциплины</b>	формирование у студентов целостной системы экономического мышления и знаний в области эффективного управления конкурентоспособностью в условиях рыночной экономики, позволяющего достичь поставленных целей в определенные сроки с учетом использования доступных ресурсов
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b>	1 Понятие и характеристика конкурентоспособности товаров и услуг 2 Критерии конкурентоспособности товаров и услуг 3 Методы оценки конкурентоспособности 4 Конкурентная стратегия 5 Маркетинговые исследования конкурентоспособности 6 Управление товарным ассортиментом 7 Управление ценообразованием 8 Управление продвижением товара 9 Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг
<b>Пререквизиты дисциплины</b>	«Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Экономика торговли», «Управление качеством»
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</b>	(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-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией; (ПК-1) способностью 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 (ПК-9) готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
<b>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b>	<b>ОПК-4</b> Знать: -методы проведения маркетинговых исследований в области оценки конкурентоспособности товаров и услуг Уметь: -выявлять тип рынка, на котором функционирует предприятия; -определять уровень конкуренции на рынке; -проводить маркетинговые исследования конкурентного рынка Владеть

	<p>-навыками выбора и оценки основных критериев, влияющих на конкурентоспособность товаров и услуг</p> <p><b>ПК-1</b></p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные методы формирования конкурентоспособного ассортимента</li> <li>- основные понятия качества товаров и услуг характеристика качества</li> <li>-основные методы обеспечения качества товаров и услуг</li> <li>- методы контроля качества товаров и услуг</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать ассортимент товаров и услуг предприятий торговли</li> <li>- проводить оценку качества товаров с точки зрения потребителей</li> </ul> <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-навыками применения различных методов при оценке полноты ассортимента и качества товаров и услуг</li> <li>-навыками организации контроля качества товаров и услуг</li> </ul> <p><b>ПК-9</b></p> <p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-принципы и методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг;</li> <li>-виды конкурентных стратегий;</li> <li>-основные конкурентные преимущества;</li> <li>-понятие и виды маркетинговых стратегий на конкурентных рынках в области комплекса «4 Р»</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать методики анализа конкурентоспособности товаров и услуг;</li> <li>- оценивать существующие конкурентные стратегии в области товаров и услуг предприятия и выявлять конкурентные преимущества</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-навыками оценки конкурентоспособности предприятия и выбора приоритетных конкурентов;</li> <li>-навыками формирования стратегии товарного ассортимента, ценообразования, продвижения и распределения товаров на рынке</li> </ul>
<b>Используемые инструментальные и программные средства:</b>	Пакет MS-Office, презентации (Power Point), электронные учебные материалы в сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета
<b>Формы текущего контроля:</b>	Контрольные работы, рейтинг-контроли
<b>Форма промежуточного контроля знаний:</b>	Зачет

Составитель аннотации,  
специалист по УМР кафедры КиГ



Е.В.Кашицина

Заведующий кафедрой КиГ



О.Б.Ярьсь

Председатель учебно-методической комиссии  
направления 38.03.06

О.П.Полоцкая