

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТОВАРОВ
И УСЛУГ

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 - «Торговое дело»
Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

Цель изучения дисциплины	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.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	<ol style="list-style-type: none">1. Понятие и характеристика конкурентоспособности товаров и услуг2. Конкурентные рынки и их структура3. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг4. Методы оценки конкурентоспособности5. Конкурентная стратегия6. Маркетинговые исследования конкурентоспособности7. Управление товарным ассортиментом8. Управление продвижением товара9. Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	ОПК-4 «способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией» 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» ПК-9 «готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации»
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Теоретические основы товароведения Рекламная деятельность Торговый менеджмент
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: -основные понятия конкурентоспособности товаров и услуг -виды конкурентных рынков и специфику работы на них -критерии конкурентоспособности -методы проведения маркетинговых исследований в области оценки конкурентоспособности товаров и услуг (ОПК-4) - основные методы формирования конкурентоспособного

	<p>ассортимента (ПК-1)</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные понятия качества товаров и услуг и характеристика качества (ПК-1) -принципы и методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг (ПК-9) -виды конкурентных стратегий (ПК-9) -основные конкурентные преимущества (ПК-9) -понятие и виды маркетинговых стратегий на конкурентных рынках в области комплекса «4 Р» (ПК-9) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -выявлять тип рынка, на котором функционирует предприятия (ОПК-4) -определять уровень конкуренции на рынке (ОПК-4) -проводить маркетинговые исследования конкурентного рынка (ОПК-4) - формировать ассортимент товаров и услуг предприятий торговли (ПК-1) - проводить оценку качества товаров с точки зрения потребителей (ПК-1) - использовать методики анализа конкурентоспособности товаров и услуг (ПК-9) - оценивать существующие конкурентные стратегии в области товаров и услуг предприятия и выявлять конкурентные преимущества (ПК-9) <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками выбора и оценки основных критериев, влияющих на конкурентоспособность товаров и услуг (ОПК-4) -навыками применения различных методов при оценке полноты ассортимента и качества товаров и услуг (ПК-1) -навыками оценки конкурентоспособности предприятия и выбора приоритетных конкурентов (ПК-9) -навыками формирования стратегии товарного ассортимента, ценообразования, продвижения и распределения товаров на рынке (ПК-9)
Используемые инструментальные и программные средства:	Презентации (Power Point), электронные учебные материалы в Интернет, электронные рассылки по E-mail, рабочие тетради
Формы текущего контроля:	Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, доклады, кейсы), рейтинг-контроль
Форма промежуточного контроля:	Зачет (устно)

Составитель

К.А. Нефедова

Заведующий кафедрой КиГ

О. Б. Ярьес

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.03.06.



О. П. Полоцкая