

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 - «Торговое дело»
Профиль подготовки «Товароведение и экспертиза товаров»

Кафедра коммерции и гостеприимства

Цель изучения дисциплины	ознакомление студентов с концепциями управления конкурентоспособностью предприятия и основами формирования конкурентной стратегии на отраслевом рынке.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические основы конкуренции 2. Конкурентные рыночные структуры и развитие конкуренции на российском рынке 3. Теория конкурентных преимуществ. Поиск конкурентных преимуществ фирмы 4. Оценка конкурентоспособности предприятия 5. Разработка и реализация базовых стратегий конкуренции 6. Типовые стратегии конкурентной борьбы 7. Наступательные и оборонительные стратегии конкурентной борьбы 8. Особенности выбора политик обеспечения конкурентоспособности предприятия 9. Развитие конкурентных преимуществ в различных рыночных ситуациях
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	<p>ОПК-4 «способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией»</p> <p>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»</p> <p>ПК-9 «готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации»</p>
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	<p>Маркетинг</p> <p>Менеджмент</p> <p>Коммерческая деятельность</p>
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия конкурентоспособности предприятия - виды конкурентных рынков и специфику работы на них - критерии конкурентоспособности - методы проведения маркетинговых исследований в области оценки конкурентоспособности предприятия (ОПК-4) - основные методы формирования конкурентоспособного предприятия (ПК-1) - принципы и методы оценки конкурентоспособности

TDT-14

	<p>предприятия (ПК-9)</p> <ul style="list-style-type: none"> -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 предприятия (ПК-9) - оценивать существующие конкурентные стратегии 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 предприятия (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

Составитель

К.А. Нефедова

Заведующий кафедрой КиГ

О. Б. Ярець

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.03.06.



П. Полоцкая