

## АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ

Направление подготовки магистров 38.04.06 – «Торговое дело»

Профиль подготовки «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг»

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>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и характеристика конкурентоспособности</li> <li>2. Критерии конкурентоспособности</li> <li>3. Методы оценки конкурентоспособности</li> <li>4. Конкурентная стратегия</li> <li>5. Маркетинговые исследования конкурентоспособности</li> <li>6. Управление товарным ассортиментом</li> <li>7. Управление ценообразованием</li> <li>8. Управление продвижением товара</li> <li>9. Обеспечение конкурентоспособности</li> </ol>
<b>Пререквизиты дисциплины</b>	Дисциплина «Управление конкурентоспособностью» базируется на освоении студентами учебных курсов, полученных в ходе изучения дисциплин бакалавриата: «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Экономика торговли», «Управление качеством»
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</b>	<b>ПК- 10</b> способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий
<b>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b>	<p><b>ПК-10</b> <b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) и инструменты бренд-менеджмента</li> <li>– методы проведения маркетинговых исследований в области оценки конкурентоспособности товаров и услуг;</li> <li>– приемы и инструменты оценки внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций и прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций;</li> <li>– принципы и методы анализа рыночной ситуации для формирования ценовой стратегии в условиях конкуренции.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проводить маркетинговые исследования конкурентного рынка;</li> <li>– выполнить сегментацию рынка коммерческой организации и выбрать эффективную стратегию охвата рынка;</li> <li>– определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации;</li> <li>– улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами;</li> <li>– прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации;</li> </ul>

	<p>– анализировать пути и способы оптимизации ценообразования с учетом конкурентоспособности продукции.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>– методологическими подходами проведения конкурентного анализа;</p> <p>– методами анализа информации о ценах для установления параметров их конкурентоспособности и ценообразующих факторов, влияющих на формирование цен и ценовой политики предприятия.</p> <p>– навыками разработки и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг);</p> <p>– навыками подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов).</p>
<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, электронные рассылки по E-mail
<b>Формы текущего контроля:</b>	Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, эссе, кейсы), деловые игры, тесты, рейтинг-контроль
<b>Форма промежуточного контроля знаний:</b>	Экзамен

Составитель аннотации

К.А. Нефедова

Заведующий кафедрой КиГ

О.Б. Яресь

Председатель учебно-методической комиссии  
направления 38.04.06



О.Б. Яресь