

Шифр, наименование образовательной программы: 38.03.07 «Товароведение»
 Уровень высшего образования: бакалавриат
 Профиль: «Товароведение и экспертиза товаров во внутренней и внешней торговле»

АННОТАЦИЯ
 рабочей программы дисциплины

Б1.Б.20 «Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг»

шифр и наименование дисциплины по учебному плану

Базовая

статус дисциплины – базовая, вариативная, по выбору

Очная

форма обучения – очная, заочная, очно-заочная

Составитель аннотации – Мельникова О.В., к.э.н., кафедра «Экономика предпринимательства»
ФИО разработчика, уч. степень, уч. звание, название кафедры

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	2 ЗЕТ / 72 час.
Цель изучения дисциплины	формирование у бакалавров общекультурных и профессиональных компетенций в области теории и практики оценки конкурентоспособности товаров и услуг.
Содержание дисциплины (основные темы, разделы, модули)	Модуль 1. Тема 1. Конкуренция. Понятие конкуренции. Функции конкуренции. Виды конкуренции. Рыночные барьеры. Тема 2. Конкурентоспособность. Понятие и структура конкурентоспособности. Критерии и факторы конкурентоспособности товаров и услуг. Конкурентная политика и стратегия. Модуль 2. Тема 3. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг. Схема оценки конкурентоспособности. Методы оценки конкурентоспособности. Конкурентный анализ рынка. Тема 4. Методики оценки конкурентоспособности товаров и услуг. Расчетные (аналитические) методики. Графические методики. Графоаналитические методики. Матричные методики. Модуль 3. Тема 5. Инструменты управления конкурентоспособностью. Товарная политика. Ценовая политика. Коммуникационная политика. Сбытовая политика
Формируемые компетенции	ОПК-1, осознанием социальной значимости своей будущей профессии, стремление к саморазвитию и повышению квалификации ПК-10 способностью выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	История, математика, экономика предприятия, товарный менеджмент
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	Знать: - понятие, функции, виды и формы конкуренции; - модели конкурентных рынков; - виды рыночных барьеров; - понятие и структуру конкурентоспособности; - критерии и факторы конкурентоспособности товаров и услуг; - понятие конкурентной политики;

	<ul style="list-style-type: none"> - понятие и виды конкурентных стратегий; - типовую схему оценки конкурентоспособности товаров и услуг; - основные методы и методики оценки конкурентоспособности товаров и услуг; - основы конкурентного анализа рынка. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать тематические ситуации в области управления конкурентоспособностью товаров и услуг; - проводить конкурентный анализ целевого рынка; - оценивать конкурентоспособность товаров и услуг с помощью различных методик. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специальной терминологией учебной дисциплины; - навыками анализа тематических ситуаций в области управления конкурентоспособностью товаров и услуг; - профильным методическим инструментарием.
Образовательные технологии	Традиционные (лекции, практические занятия) и интерактивные (лекции-беседы, лекции с разбором конкретных ситуаций)
Формы текущего контроля успеваемости (контрольная работа, коллоквиум, тест и т.п.)	Контрольные опросы
Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачёт

Зав. кафедрой

ЭП
название кафедры



подпись

Миляева Л.Г.