

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«29» 06 2021 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.02.01 Формирование и оценка конкурентоспособности товаров

Учебный план: ФГОС3++_2021-2022_29.04.02_ИТМ_ОО_МТЭ №2-1-35.plx

Кафедра: **27** Материаловедения и товарной экспертизы

Направление подготовки:
(специальность) 29.04.02 Технологии и проектирование текстильных изделий

Профиль подготовки: Материаловедение и экспертиза качества продукции текстильной и легкой промышленности
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
3	УП	17	34	22,75	34,25	3	Зачет
	РПД	17	34	22,75	34,25	3	
4	УП		36	36	36	3	Курсовая работа
	РПД		36	36	36	3	
Итого	УП	17	70	58,75	70,25	6	
	РПД	17	70	58,75	70,25	6	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 29.04.02 Технологии и проектирование текстильных изделий, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.09.2017 г. № 965

Составитель (и):

доктор технических наук, Профессор

Койтова Жанна Юрьевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой материаловедения и товарной экспертизы

Куличенко Анатолий
Васильевич

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Куличенко Анатолий
Васильевич

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области формирования и оценки конкурентоспособности товаров, обеспечивающее углубленную подготовку магистров по теоретическим и практическим вопросам в области оценки качества и конкурентоспособности продукции

1.2 Задачи дисциплины:

Дать знания о концептуальной основе оценки качества и конкурентоспособности продукции, разработанной на базе рациональных, конкурентоспособных технологий ее проектирования и изготовления

Изучить сущность и возможности инструментов управления конкурентоспособностью, их роли в разработке и осуществлении успешных промышленных проектов, ролью конкурентных преимуществ в системах поддержки принятия управленческих решений;

Сформировать комплекс глубоких системных знаний о современных методах оценки качества и конкурентоспособности продукции;

Выработать системный подход к эффективному проведению научных исследований в области проектирования и изучения конкурентоспособности продукции

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Системы менеджмента качества

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен обеспечивать функционирование системы управления качеством (менеджмента качества) в сфере материаловедения и экспертизы продукции текстильной и легкой промышленности
Знать: показатели конкурентоспособности продукции и услуг; области применения, порядок и методы оценки конкурентоспособности продукции
Уметь: разрабатывать номенклатуру потребительских свойств продукции для оценки ее конкурентоспособности; оценивать конкурентоспособность товара; разрабатывать комплекс мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции
Владеть: навыками расчета показателей конкурентоспособности товаров; навыками применения организационно-управленческих решений для повышения конкурентоспособности продукции
ПК-3: Способен организовывать работы по предотвращению выпуска бракованной продукции текстильной и легкой промышленности
Знать: основные показатели качества материалов и изделий текстильной и легкой промышленности; дефекты и причины возникновения дефектов материалов и изделий текстильной и легкой промышленности
Уметь: выявлять причины несоответствий продукции; выбирать и использовать инструменты и технологии оценки качества
Владеть: навыками применения инструментов, технологий оценки качества продукции, выявления и устранения несоответствий

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Сущность и значение конкуренции. Понятие конкурентоспособности.	3					О
Тема 1. Сущность понятий "конкуренция" и "конкурентоспособность" товаров и услуг. Практическое занятие: Термины и определения. Объекты и субъекты конкурентоспособности		2	6	2	ИЛ	
Тема 2. Роль оценки конкурентоспособности товаров и услуг в предпринимательской деятельности		2		2	ИЛ	
Тема 3. Факторы конкурентоспособности. Макро- и микроэкономические факторы. Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности. Практическое занятие: Стандартизация - фактор конкурентоспособности.		6	6	4	ИЛ	

Тема 4. Коммерческая и маркетинговая деятельность как фактор конкурентоспособности.		4		4	ИЛ	
Тема 5. Практическое занятие: Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности			6			
Раздел 2. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг						
Тема 6. Критерии конкурентоспособности. Классификация критериев конкурентоспособности товаров и услуг. Практическое занятие. Изучение критериев конкурентоспособности. Уровень качества, влияние на конкурентоспособность. Безопасность. Имидж.		3	8	4	ИЛ	О
Тема 7. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг. Практическое занятие: Потребительская новизна. Цена потребления. Подлинность и информативность.			8	6,75		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	22,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		34,25				
Раздел 3. Формирование конкурентоспособности товаров и услуг на стадиях жизненного цикла						
Тема 8. Практическое занятие. Жизненный цикл товаров. Этапы формирования конкурентоспособности товаров	4		4	2		О,Т
Тема 9. Практическое занятие: Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг.			6	4		
Тема 10. Практическое занятие: Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг			4	2		
Раздел 4. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг						
Тема 11. Практическое занятие: Методы оценки конкурентоспособности			6	10		
Тема 12. Практическое занятие: Оценка конкурентоспособности товаров и услуг.			6	8		О
Тема 13. Практическое занятие: Особенности оценки конкурентоспособности различных товаров и услуг			10	10		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)			36	36		
Консультации и промежуточная аттестация (Курсовая работа)		36				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		157,25		58,75		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта): Целью курсовой работы является теоретическое или практическое исследование в области конкурентоспособности изделий. Практическое определение конкурентоспособности товара проводится на примере конкретного изделия текстильной и легкой промышленности по сравнению с аналогичными изделиями других фирм-производителей.

Для достижения поставленной цели, необходимо решить следующие задачи:
 раскрыть сущность конкурентоспособности товара;
 определить взаимосвязь между качеством товара и его конкурентоспособностью;
 рассмотреть методы оценки конкурентоспособности;
 дать оценку и определить уровень конкурентоспособности конкретного товара.

4.2 Тематика курсовой работы (проекта): 1. Оценка уровня качества и конкурентоспособности (на примере товаров определенного вида и назначения).

2. Особенности оценки конкурентоспособности продукции различного назначения

3. Анализ скорости старения критериев продукции

4. Инструменты выявления конкурентных позиций

5. Анализ инструментов управления конкурентоспособностью

6. Критерии и факторы конкурентоспособности продукции, поступающей на российский рынок.

7. Иерархическая структура конкурентоспособности

8. Инструменты управления конкурентоспособностью (маркетинговые исследования, сегментация и позиционирование рынка, товарный ассортимент, ценообразование, продвижение товара, распределение товара)

4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):

- оценка «отлично» выставляется студенту, при полном раскрытии темы, полном и качественном обзоре литературы по теме исследования, наглядном представлении материала (презентация с использованием мультимедийного видеопроектора), проявлено творческое мышление, умение использовать общепрофессиональную и специальную терминологию, при ответе формулируются самостоятельные выводы и обобщения.

- оценка «хорошо» выставляется студенту, при достаточно полном раскрытии темы, полном и качественном обзоре литературы по теме исследования, наглядном представлении материала (презентация с использованием мультимедийного видеопроектора), проявлено творческое мышление, умение использовать общепрофессиональную и специальную терминологию, допускаются неточности в ответах на теоретические вопросы, не принципиальные ошибки в терминологии

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, при неполном раскрытии темы, узко проведенном обзоре литературы по теме исследования, ответы на теоретические вопросы изложены схематично и недостаточно полно

- оценка «неудовлетворительно» при отказе от ответа или полном незнании содержания вопроса.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-2	<p>Излагает сущность и значение конкуренции, понятие конкурентоспособности. порядок и методы оценки конкурентоспособности продукции.</p> <p>Анализирует факторы конкурентоспособности: макро- и микроэкономические факторы. техническое регулирование как фактор конкурентоспособности.</p> <p>Проводит оценку особенностей конкурентоспособности продукции различного назначения. Разрабатывает комплекс мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции.</p>	<p>Вопросы для устного собеседования</p> <p>Практико-ориентированные задания</p>
ПК-3	<p>Определяет уровень качества продукции и его стабильность.</p> <p>Различает дефекты и причины возникновения дефектов материалов и изделий текстильной и легкой промышленности.</p> <p>Пользуется технологиями оценки качества продукции, выявления и устранения несоответствий</p>	<p>Вопросы для устного собеседования</p> <p>Практико-ориентированные задания</p>

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)		оценка «отлично» выставляется студенту, при полном раскрытии темы курсовой работы, полном и качественном обзоре литературы по теме исследования, наглядном представлении материала (презентация с использованием мультимедийного видеопроектора), проявлено творческое мышление, умение использовать общепрофессиональную и специальную терминологию, при ответе формулируются самостоятельные выводы и обобщения. Работа оформлена в соответствии с требованиями
4 (хорошо)		оценка «хорошо» выставляется студенту, при достаточно полном раскрытии темы курсовой работы, полном и качественном обзоре литературы по теме исследования, наглядном представлении материала (презентация с использованием мультимедийного видеопроектора), проявлено творческое мышление, умение использовать общепрофессиональную и специальную терминологию, допускаются неточности в ответах на теоретические вопросы, непринципиальные ошибки в терминологии. Работа оформлена в соответствии с требованиями
3 (удовлетворительно)		оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, при неполном раскрытии темы курсовой работы, узко проведенном обзоре литературы по теме исследования, непредставлении презентации, неполном докладе. Ответы на теоретические вопросы раскрыты недостаточно полно. Требования к оформлению работы выполнены не в полной мере.
2 (неудовлетворительно)		оценка «неудовлетворительно» при непредставлении кусовой работы работы
Зачтено	Обучающийся грамотно отвечает на поставленные вопросы, используя	

	профессиональную терминологию; не допускает существенных неточностей в ответах на вопросы. Учитывается посещение занятий в семестре, успешное выполнение домашних заданий, прохождение опросов в семестре.	
Не зачтено	Обучающийся не может изложить значительной части материала дисциплины, допускает грубые ошибки, допускает неточности в формулировках и определениях. Ответы на заданные вопросы обнаруживают незнание материала или частично или полностью.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
	Семестр 3
1	Понятие качество продукции

2	Понятие конкурентоспособности продукции
3	Методология оценки конкурентоспособности продукции
4	Потребительские показатели качества продукции
5	Особенности оценки конкурентоспособности продукции различного назначения
6	Макроэкономические и микроэкономические факторы – как основа оценки конкурентоспособности
7	Уровень качества продукции и его стабильность
8	Критерии конкурентоспособности и скорость их старения
9	Инструменты выявления конкурентных позиций
10	Конкурсы как инструмент установления конкурентоспособности продукции
11	Современные инструменты и методы управления конкурентоспособностью продукции
Семестр 4	
12	Содержание понятия конкурентоспособности фирмы
13	Отличия понятий конкурентоспособности фирмы и товара
14	Сущность управления конкурентоспособностью фирмы
15	Подходы к формулированию понятия «конкурентоспособность товара»; социальный аспект в конкурентоспособности товара
16	Сущность управления конкурентоспособностью товара
17	Содержание термина «конкурентоспособность региона»
18	Содержание термина «конкурентоспособность отрасли»
19	Специализация стран на мировом рынке в зависимости от конкурентоспособности отраслей
20	Содержание понятия «конкурентоспособность страны»
21	Внешняя и внутренняя национальная конкурентоспособность
22	Понятие «факторов конкурентоспособности» и «управления конкурентоспособностью фирмы»
23	Основные подходы к набору факторов конкурентоспособности фирмы и товара
24	Ключевые факторы обеспечения конкурентоспособности организаций на мировом рынке
25	Основные субъекты и объекты оценки конкурентоспособности
26	Алгоритм оценки конкурентоспособности товара (услуги)
27	Подходы к оценке конкурентоспособности товара, в том числе прикладных сферах
28	Методики оценки конкурентоспособности региона
29	Подходы к оценке конкурентоспособности отрасли
30	Основные показатели оценки национальной конкурентоспособности
31	Методики оценки национальной конкурентоспособности
32	Анализ внешней и внутренней конкурентоспособности России

5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Конкуренция, возникающая потому, что одинаковые товары различаются только качеством, а нередко

совпадают и по качеству называется:

- А) функциональной;
- Б) видовой;
- В) предметной;
- Г) ценовой.

2. Автором теории, утверждающей, что каждая страна должна специализироваться на тех продуктах, в производстве которых она обладает наибольшей относительной эффективностью или относительно меньшими издержками является:

- А) А. Смит;
- Б) Д. Риккардо;
- В) Р. Лукас;
- Г) М. Портер.

3. Конкурентная стратегия, рассчитанная на завоевание и удержание относительно узких рыночных ниш, в пределах которых реализуются эксклюзивные товары специального назначения и весьма высокого качества:

- А) виолентная;
- Б) пациентная;
- В) коммутантная;
- Г) эксплерентная.

4. Факторы конкурентоспособности, включающие качество, продажную цену, затраты на эксплуатацию и зависящие от производительности и интенсивности труда, издержек производства и наукоемкости продукции:

- А) технико-экономические;
- Б) коммерческие;
- В) нормативно-правовые;
- Г) инновационные.

5. Продажа товаров разным покупателям по разным ценам называется:

- А) демпингом;
- Б) распродажей;
- В) продвижением товаров;
- Г) ценовой дискриминацией...

6. Сущность маркетинга заключается в:

- А) получении прибыли;
- Б) в увеличении объемов продаж;
- В) в разработке финансового плана организации;
- Г) в обеспечении баланса интересов производителя и потребителя.

7. Максимальная цена товара определяется:

- А) издержками;
- Б) величиной спроса на товар;
- В) качеством товара;
- Г) ценами конкурентов на аналогичный товар.

8. Слоганом называется:

- А) логотип фирмы;
- Б) рекламный девиз фирмы;
- В) транспарант-растяжка;
- Г) рекламный щит.

9. К мероприятиям по стимулированию сбыта относятся:

- А) реклама на телевидении;
- Б) кредит в различных формах;
- В) бесплатное распространение товара;
- Г) экскурсии на предприятие;

10. Товарный знак – это:

- А) фирменный знак;
- Б) марочное название;
- В) зарегистрированная товарная марка;
- Г) торговое название фирмы.

11. По целевому назначению различают следующие виды рекламы:

- А) информативная;
- Б) коммерческая;
- В) телевизионная;
- Г) социальная.

12. К комплексу элементов маркетинга не относятся:

- А) товар, сбыт;
- Б) реклама, сервис;
- В) цена;
- Г) конкуренты.

13. Жизненный цикл товара – это:

- А) период внедрения товара на рынок;
- Б) производство и продажа товара;
- В) период пребывания товара на рынке;
- Г) предварительная разработка концепции товара.

14. В понятие “продвижение товара” входят:

- А) сбыт товара;
- Б) реклама товара;
- В) транспортирование товара;
- Г) упаковка товара.

15. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на один из них вызовет:

- А) рост спроса на второй товар;
- Б) бурную негативную реакцию продавцов второго товара;
- В) рост цены на второй товар;
- Г) падение объема спроса на второй товар.

16. Если спрос на товар сокращается, то общая выручка продавца:

- А) растет;
- Б) сокращается;
- В) сокращается в том случае, если спрос эластичен по цене;
- Г) остается неизменной.

17. Маркетинговое исследование – это:

- А) то же самое, что и «исследование рынка»;
- Б) постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации;
- В) сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения маркетинговых проблем;
- Г) исследование маркетинга.

18. Вторичные данные в маркетинге – это:

- А) перепроверенная информация;
- Б) второстепенная информация;
- В) информация, полученная из посторонних источников;
- Г) информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная с другими целями.

19. Сегментация рынка – это:

- А) разделение рынка на отдельные части (сегменты);
- Б) деятельность по классификации возможных потребителей в соответствии с качественными особенностями их спроса;
- В) структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах или услугах;
- Г) стратегия выборочного проникновения на рынок.

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Провести расчет конкурентоспособности изделий текстильной или легкой промышленности (по выбору обучающегося).

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Защита курсовой работы проводится перед комиссией с представлением презентации и докладом. Время на одного студента 35 мин.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Мокроносов, А. Г., Маврина, И. Н.	Конкуренция и конкурентоспособность	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2014	http://www.iprbookshop.ru/69613.html
Тарануха Ю. В.	Конкуренция и конкурентоспособность	Москва: Русайнс	2017	http://www.iprbookshop.ru/78861.html
Криворотов, В. В., Калина, А. В., Ерыпалов, С. Е.	Конкуренция и конкурентоспособность предприятий производственных систем	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81786.html
Сафонова, Л. А., Смоловик, Г. Н., Талдонова, С. С., Мухина, И. С., Меликов, Э. М., Завьялова, О. А., Скорород, Д. С.	Управление конкурентоспособностью организации	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2016	http://www.iprbookshop.ru/69564.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Федорова Л. А., Симбарская Д. А., Данилова О. С.	Управление конкурентоспособностью предприятия	СПб.: СПбГУПТД	2015	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2505
Федорова Л. А.	Управление конкурентоспособностью предприятия	СПб.: СПбГУПТД	2015	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2795
Тропынина Н. Е.	Конкуренция и конкурентоспособность товара	СПб.: СПбГУПТД	2016	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3679
Горюнова Н. Д.	Конкуренция и конкурентоспособность товаров	СПб.: СПбГУПТД	2015	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2302

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. www.websoft-elearning.blogspot.com/ – Учебный портал
2. www.hbl-russia.ru www.nlr.ru – Российская национальная библиотека (РНБ)
3. www.rsl.ru – Российская государственная библиотека (РГБ)
4. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]: <http://www.iprbookshop.ru>
5. znaytovar.ru/s/Konkurentosposobnost-firmy.html, vds1234.ru, financialguide.ru

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска