

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«29» 06 2021 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.02.02 Конкурентоспособность товаров и услуг

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: углубленная подготовка магистрантов по теоретическим и практическим вопросам в

обеспечения конкурентоспособности, формирование у студентов знаний и умений, необходимых для разработки управленческих рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятий, товаров и услуг.

1.2 Задачи дисциплины:

изучение основных понятий, методов, приемов и средств обеспечения конкурентоспособности торговых организаций, товаров и услуг;

приобретение умений и навыков ставить и решать задачи обеспечения конкурентоспособности торговых организаций, товаров и услуг;

формирование базовых знаний, умений и навыков для успешного освоения новых подходов к обеспечению конкурентоспособности торговых организаций, товаров и услуг.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Инновационные текстильные материалы

Стандартизация и сертификация текстильных материалов и изделий

Управление качеством

Маркетинговые исследования

Системы менеджмента качества

Современное испытательное оборудование

Ассортимент текстильных материалов и изделий

Фундаментальные основы инновационных текстильных технологий

Управление проектами

Организация и проведение научных исследований

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: актуальность проблемы качества и управления качеством продукции и услуг в условиях рыночной экономики
Уметь: применять на практике статистические методы управления качеством продукции («инструменты качества») и услуг для решения проблем, связанным с несоответствием продукции и услуг
Владеть: современными методами управления качеством: организационно-методическими, экономическими, социологическими, научно-техническими; процедурой декларирования разработанной продукции или процессов
ПК-3: Способен организовывать работы по предотвращению выпуска бракованной продукции текстильной и легкой промышленности
Знать: этапы и способы установления несоответствия продукции по качеству, выявление дефектов, бракованной продукции
Уметь: использовать методику оценки уровня качества продукции и услуг; разрабатывать варианты управленческих решений в области повышения конкурентоспособности продукции и обосновывать их выбор
Владеть: навыками применения статистических методов управления качеством для решения задач по управлению качеством продукции и услуг; методами выбора эффективных мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции

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. Конкуренция. Конкурентоспособность предприятий, товаров и услуг	3					О
Тема 1. Сущность и закон конкуренции, конкурентные силы в отрасли Практическое занятие: Термины и определения . Объекты и субъекты конкурентоспособности		4	6	4	ИЛ	

Тема 2. Источники и методы сбора информации о конкурентах Практическое занятие: Классификация информации о конкурентах. Классификация методов сбора информации о конкурентах. Понятие бенчмаркинга и особенности его применения. Выявление и оценка воздействия конкурентов на отраслевом рынке. Анализ и оценка конкурентной среды.		2	8	4	ИЛ	
Тема 3. Анализ конкурентоспособности товаров и услуг Практическое занятие: Понятие конкурентоспособности. Исследование современных подходов к оценке уровня конкурентоспособности.		4	6	4	ИЛ	
Тема 4. Анализ конкурентоспособности торговой организации и ее маркетинговой деятельности Практическое занятие: Конкурентоспособность маркетинговой политики. Конкурентоспособность цен. Конкурентоспособность (эффективность) продвижения. Конкурентоспособность маркетинговой стратегии торговой организации.		4	6	4	ИЛ	
Тема 5. Управление конкурентными преимуществами Практическое занятие: Понятие конкурентного преимущества и его источники. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентным преимуществом в процессе конкурентной борьбы. Методика оценки конкурентного преимущества организации. Типовые факторы конкурентного преимущества (персонал; товар, услуга; организация; отрасль) и		3	8	6,75	ИЛ	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	22,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		34,25				
Раздел 2. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	4					О
Тема 6. Практическое занятие: Методы оценки конкурентоспособности предприятий и организаций. Понятие, цели и методы конкурентного анализа. Понятие конкурентоспособности торговой организации. Стадии конкурентоспособности предприятия.			6	12		

Тема 7. Практическое занятие: Оценка конкурентоспособности товаров и услуг. Исследование конкурентоспособности продукта, методы ее оценки. Цели и принципы оценки конкурентоспособности товаров и услуг. Классификация методов оценки конкурентоспособности товаров и услуг. Характеристика методов исходя из цели и стадии оценки: методы, применяемые на стадии проектирования и изготовления продукции; методы применяемые на стадиях реализации и эксплуатации. Характеристика методов исходя из формы представленных данных: графические методы, матричные методы; расчетные методы; комбинированные методы			12	10		
Тема 8. Практическое занятие: Особенности оценки конкурентоспособности товаров и услуг различных			10	8		
Тема 9. Практическое занятие: Информационные технологии, используемые при оценке конкурентоспособности товаров и услуг. Понятие информационных технологий, используемых при оценке конкурентоспособности товаров и услуг. Характеристика и параметры информационных технологий. Этапы процесса оценки конкурентоспособности товаров и услуг.			8	6		
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 предприятий, изделий, и услуг.

Курсовая работа представляет собой формирование комплекса мероприятий по обеспечению конкурентоспособности конкретной организации (товара, услуги) на основе анализа факторов конкурентоспособности и конкурентных преимуществ. Написание курсовой работы направлено на закрепление у студентов навыков и компетенций, приобретенных в процессе освоения дисциплины. Целью курсовой работы является определение и анализ проблем в обеспечении конкурентоспособности конкретной организации (товара, услуги) и разработка рекомендаций по их решению путем внедрения современных методов привлечения покупателей, борьбы с конкурентами и налаживания взаимовыгодных отношений с партнерами

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, непринципиальные 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	Объясняет понятие качества продукции. Характеризует актуальность проблемы качества и управления качеством продукции и услуг в условиях рыночной экономики Оценивает конкурентоспособность товаров и услуг, применяет статистические методы управления качеством продукции Использует методики оценки конкурентоспособности, и управления качеством	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания
ПК-3	Формулирует этапы и способы, выявления дефектов, бракованной продукции, устанавливает несоответствия продукции по качеству Разрабатывает варианты управленческих решений в области повышения конкурентоспособности продукции и обосновывает их выбор Выбирает методы эффективных мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания

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	Внешняя и внутренняя национальная конкурентоспособность
21	Понятие «факторов конкурентоспособности» и «управления конкурентоспособностью фирмы»
22	Основные подходы к набору факторов конкурентоспособности фирмы и товара
23	Основные субъекты и объекты оценки конкурентоспособности
24	Алгоритм оценки конкурентоспособности товара (услуги)
25	Подходы к оценке конкурентоспособности товара, в том числе прикладных сферах
26	Методики оценки конкурентоспособности региона
27	Подходы к оценке конкурентоспособности отрасли

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). Провести расчет конкурентоспособности услуги (на выбор). Провести расчет конкурентоспособности персонала.

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				
Криворотов, В. В., Калина, А. В., Ерыпалов, С. Е.	Конкурентоспособность предприятий производственных систем	и Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81786.html
Тарануха Ю. В.	Конкуренция конкурентоспособность	и Москва: Русайнс	2017	http://www.iprbookshop.ru/78861.html
Сафонова, Л. А., Смоловик, Г. Н., Талдонова, С. С., Мухина, И. С., Меликов, Э. М.,	Управление конкурентоспособностью организации	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2016	http://www.iprbookshop.ru/69564.html
Мокроносков, А. Г., Маврина, И. Н.	Конкуренция конкурентоспособность	и Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2014	http://www.iprbookshop.ru/69613.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Тропынина Н. Е.	Конкуренция конкурентоспособность товара	и СПб.: СПбГУПТД	2016	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3679
Федорова Л. А.	Управление конкурентоспособностью предприятия	СПб.: СПбГУПТД	2015	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2795
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
Горюнова Н. Д.	Конкуренция конкурентоспособность товаров	и 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. Журнал «Эксперт», <http://www.expert.ru4>.
7. Официальный сайт Российского сообщества практиков конкурентной разведки, <http://razvedka-open.ru/>
5. Официальный сайт компании Амулет, журнал «Бизнес разведка», <http://www.amulet-group.ru>
8. Проект Sec.Ru «Мир и безопасность», <http://www.secuteck.ru/articles2/>
9. <http://www.econ.me/>

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