

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

« 28 » июня 2022 года

Рабочая программа дисциплины

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

Учебный план: 2022-2023 29.04.02 ИТМ МиЭКПТИЛП ОО №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 | 56,75 | 0,25 | 3 | Зачет |
| | РПД | 17 | 34 | 56,75 | 0,25 | 3 | |
| 4 | УП | | 36 | 70 | 2 | 3 | Курсовая работа |
| | РПД | | 36 | 70 | 2 | 3 | |
| Итого | УП | 17 | 70 | 126,75 | 2,25 | 6 | |
| | РПД | 17 | 70 | 126,75 | 2,25 | 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 | 5 | ИЛ | |
| Тема 2. Роль оценки конкурентоспособности товаров и услуг в предпринимательской деятельности | | 2 | | 5 | ИЛ | |
| Тема 3. Факторы конкурентоспособности. Макро- и микроэкономические факторы. Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности. Практическое занятие: Стандартизация - фактор конкурентоспособности. | | 6 | 6 | 8 | ИЛ | |

| | | | | | | |
|---|---|-------|----|--------|----|-----|
| Тема 4. Коммерческая и маркетинговая деятельность как фактор конкурентоспособности. | | 4 | | 8 | ИЛ | |
| Тема 5. Практическое занятие: Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности | | | 6 | 10 | | |
| 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 | 8 | ИЛ | О |
| Тема 7. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг. Практическое занятие: Потребительская новизна. Цена потребления. Подлинность и информативность. | | | 8 | 12,75 | | |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | 17 | 34 | 56,75 | | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет) | | 0,25 | | | | |
| 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 | 6 | | |
| Раздел 4. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг | | | | | | |
| Тема 11. Практическое занятие: Методы оценки конкурентоспособности | | | 6 | 20 | | |
| Тема 12. Практическое занятие: Оценка конкурентоспособности товаров и услуг. | | | 6 | 18 | | О |
| Тема 13. Практическое занятие: Особенности оценки конкурентоспособности различных товаров и услуг | | | 10 | 20 | | |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | | 36 | 70 | | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Курсовая работа) | | 2 | | | | |
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | | 89,25 | | 126,75 | | |

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 | | | | |
| Криворотов, В. В., Калина, А. В., Ерыпалов, С. Е. | Конкурентоспособность предприятий и 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., Скороход, Д. С. | Управление конкурентоспособностью организации | Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики | 2016 | http://www.iprbookshop.ru/69564.html |
| Тарануха Ю. В. | Конкуренция и конкурентоспособность | Москва: Русайнс | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/78861.html |
| Мокроносков, А. Г., Маврина, И. Н. | Конкуренция и конкурентоспособность | Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ | 2014 | http://www.iprbookshop.ru/69613.html |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Горюнова Н. Д. | Конкуренция и конкурентоспособность товаров | СПб.: СПбГУПТД | 2015 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2302 |
| Тропынина Н. Е. | Конкуренция и конкурентоспособность товара | 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 |

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 |