

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

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

Учебный план: 2024-2025 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	Зачет
	РПД	17	34	56,75	0,25	
4	УП		36	70	2	Курсовая работа
	РПД		36	70	2	
Итого	УП	17	70	126,75	2,25	
	РПД	17	70	126,75	2,25	

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 Минобрнауки России 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, 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	<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				
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
Криворотов, В. В., Калина, А. В., Ерыпалов, С. Е.	Конкурентоспособность предприятий и производственных систем	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81786.html
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
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