

Б1.В.ДВ.04.02.01 ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Цель дисциплины: сформировать комплекс знаний, умений и навыков в области оценки конкурентоспособности товаров и услуг для профессиональной деятельности бакалавров по направлению «Товароведение», профилю «Товарный менеджмент»

Задачи дисциплины:

- приобретение навыков анализа коммерческих предложений и выбора поставщика конкурентоспособных потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства;

- приобретение умений управления основными характеристиками товаров – как одними из важнейших критериев конкурентоспособности (количественными, качественными, ассортиментными и стоимостными) на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов;

- приобрести способность выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости и конкурентоспособности.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина (Б.1.В.ДВ.04.02.01) «Оценка конкурентоспособности товаров и услуг» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, является дисциплиной по выбору.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Теоретические основы товароведения и экспертизы» «Маркетинг».

Для успешного освоения дисциплины «Оценка конкурентоспособности товаров и услуг», студент должен:

Знать:

- принципы товарного менеджмента и маркетинга (ПК-5);
- основные характеристики товаров (количественные, качественные, ассортиментные и стоимостные) на всех этапах жизненного цикла (ПК-6);

- нормативные документы, регламентирующие требования к товарной информации (ПК-11).

- методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции, сокращения и предупреждения товарных потерь (ПК-9).

Уметь:

- проводить информационную идентификацию товаров (ПК-9);
- осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке, маркировке, правилам и срокам хранения товаров (ПК-11).

Владеть:

- навыками применения принципов товарного менеджмента и маркетинга при организации и осуществлении коммерческой деятельности (ПК-5);

- методами оценки товарной информации требованиям нормативной документации (ПК-9).

Изучение учебной дисциплины «Оценка конкурентоспособности товаров и услуг» является основой для успешного прохождения преддипломной практики и сдачи ГИА.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 - Умение анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства.

В результате освоения компетенции **ПК – 1** студент должен:

Знать: критерии выбора поставщиков потребительских товаров для выбора оптимального поставщика; требования к качеству и безопасности потребительских товаров как основных критериев конкурентоспособности товаров и услуг; тенденции спроса, моды, новых технологий производства.

Уметь: выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства.

Владеть: способностью выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства.

ПК-6 - Навыки управления основными характеристиками товаров (количественными, качественными, ассортиментными и стоимостными) на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов.

Знать: основные характеристики товаров (количественные, качественные, ассортиментные и стоимостные) на всех этапах жизненного цикла.

Уметь: оптимизировать ассортимент.

Владеть: навыками оптимизации ассортимента.

ПК – 10 - Способность выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости.

Знать: ценообразующие характеристики товаров; основы оценки рыночной стоимости товаров с учетом потребительских свойств товаров.

Уметь: проводить анализ потребительских свойств; проводить оценку рыночной стоимости товаров.

Владеть: способностью выявлять ценообразующие характеристики товаров для оценки их рыночной стоимости.

Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование тем дисциплины
1	Общая характеристика конкурентоспособности
2	Критерии конкурентоспособности
3	Макроэкономические и микроэкономические факторы конкурентоспособности
4	Роль технического регулирования в обеспечении конкурентоспособности
5	Методы оценки конкурентоспособности
6	Особенности оценки конкурентоспособности услуг розничной торговли
7	Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности
8	Обеспечение конкурентоспособности
9	Управление конкурентоспособностью

Формы контроля – экзамен.