

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 20.04.2021 12:00:50

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Оценка конкурентоспособности организации

Закреплена за кафедрой **Товароведение и управление качеством**

Учебный план 27.03.02\_1.plx

Форма обучения **очная**

## Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	Неделя			
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Лабораторные	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	18	18	18	18
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная	54	54	54	54
Сам. работа	90	90	90	90
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	180	180	180

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели дисциплины: формирование у обучающихся современного мышления искать новые пути усиления конкурентоспособных преимуществ предприятий.
1.2	Задачи дисциплины: знакомство с миссией и корпоративной культурой компании; ее клиентоориентированность; разработка стратегии компании; позиционирование компании на рынке. Организация ассортиментной политики как инструмента повышения конкурентоспособности: бренд компании – путь повышения конкурентоспособности.

## 2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### ПК-4: способностью применять проблемно-ориентированные методы анализа, синтеза и оптимизации процессов обеспечения качества

#### Знать:

порядок разработки совместно с коллективом стратегии компании, ее алгоритм разработки, план повышения конкурентоспособности

#### Уметь:

провести ранжирование потребительских групп по степени значимости их для компании; порядок разработки концепции нового вида товара (услуги); провести мониторинг цен конкурентов

#### Владеть:

представлением о корпоративной культуре компании, о взаимосвязях с потребителями, партнерами и поставщиками; процедурой бенчмаркинга; психологией принятия командного решения; ценовой стратегией; методами оценки конкурентных преимуществ организации

### ПК-7: способностью руководить малым коллективом

#### Знать:

порядок разработки совместно с коллективом стратегии компании, ее алгоритм разработки, план повышения конкурентоспособности

#### Уметь:

провести ранжирование потребительских групп по степени значимости ; порядок разработки концепции нового вида товара (услуги); провести мониторинг цен конкурентов

<b>Владеть:</b>
представлением о корпоративной культуре компании, о взаимосвязях с потребителями, партнерами и поставщиками; процедурой бенчмаркинга; психологией принятия командного решения; ценовой стратегией; методами оценки конкурентных преимуществ организации
<b>ПК-8: способностью осуществлять мониторинг и владеть методами оценки прогресса в области улучшения качества</b>
<b>Знать:</b>
порядок разработки совместно с коллективом стратегии компании, ее алгоритм разработки, план повышения конкурентоспособности
<b>Уметь:</b>
провести ранжирование потребительских групп по степени значимости их для компании; порядок разработки концепции нового вида товара (услуги); провести мониторинг цен конкурентов
<b>Владеть:</b>
представлением о корпоративной культуре компании, о взаимосвязях с потребителями, партнерами и поставщиками; процедурой бенчмаркинга; психологией принятия командного решения; ценовой стратегией; методами оценки конкурентных преимуществ организации
<b>ПК-9: способностью вести необходимую документацию по созданию системы обеспечения качества и контролю ее эффективности</b>
<b>Знать:</b>
порядок разработки совместно с коллективом стратегии компании, ее алгоритм разработки, план повышения конкурентоспособности
<b>Уметь:</b>
провести ранжирование потребительских групп по степени значимости их для компании; порядок разработки концепции нового вида товара (услуги); провести мониторинг цен конкурентов
<b>Владеть:</b>
представлением о корпоративной культуре компании, о взаимосвязях с потребителями, партнерами и поставщиками; процедурой бенчмаркинга; психологией принятия командного решения; ценовой стратегией; методами оценки конкурентных преимуществ организации
<b>ПК-11: способностью идти на оправданный риск при принятии решений</b>
<b>Знать:</b>
порядок разработки совместно с коллективом стратегии компании, ее алгоритм разработки, план повышения конкурентоспособности
<b>Уметь:</b>
провести ранжирование потребительских групп по степени значимости их для компании; порядок разработки концепции нового вида товара (услуги); провести мониторинг цен конкурентов
<b>Владеть:</b>
представлением о корпоративной культуре компании, о взаимосвязях с потребителями, партнерами и поставщиками; процедурой бенчмаркинга; психологией принятия командного решения; ценовой стратегией; методами оценки конкурентных преимуществ организации
<b>ПК-12: умением консультировать и прививать работникам навыки по аспектам своей профессиональной деятельностью</b>
<b>Знать:</b>
порядок разработки совместно с коллективом стратегии компании, ее алгоритм разработки, план повышения конкурентоспособности
<b>Уметь:</b>
провести ранжирование потребительских групп по степени значимости их для компании; порядок разработки концепции нового вида товара (услуги); провести мониторинг цен конкурентов
<b>Владеть:</b>
представлением о корпоративной культуре компании, о взаимосвязях с потребителями, партнерами и поставщиками; процедурой бенчмаркинга; психологией принятия командного решения; ценовой стратегией; методами оценки конкурентных преимуществ организации
<b>ПК-22: способностью вести необходимую документацию по созданию системы обеспечения качества и контролю ее эффективности</b>
<b>Знать:</b>
порядок разработки совместно с коллективом стратегии компании, ее алгоритм разработки, план повышения конкурентоспособности
<b>Уметь:</b>
провести ранжирование потребительских групп по степени значимости их для компании; порядок разработки концепции нового вида товара (услуги); провести мониторинг цен конкурентов

<b>Владеть:</b>
представлением о корпоративной культуре компании, о взаимосвязях с потребителями, партнерами и поставщиками; процедурой бенчмаркинга; психологией принятия командного решения; ценовой стратегией; методами оценки конкурентных преимуществ организации
<b>ПК-24: способностью руководить малым коллективом</b>
<b>Знать:</b>
порядок разработки стратегии компании, ее алгоритм разработки, план повышения конкурентоспособности, этапы и контроль плана маркетинга компании
<b>Уметь:</b>
провести ранжирование потребительских групп по степени значимости их для компании; порядок разработки концепции нового вида товара (услуги); провести мониторинг цен конкурентов
<b>Владеть:</b>
представлением о корпоративной культуре компании, о взаимосвязях с потребителями, партнерами и поставщиками; процедурой бенчмаркинга; психологией принятия командного решения; ценовой стратегией; методами оценки конкурентных преимуществ организации