

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.08.2021 15:54:14

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Оценка конкурентоспособности товаров и услуг

Закреплена за кафедрой **Товароведение и управление качеством**

Учебный план 38.03.07.03\_1.plx

Форма обучения **очная**

## Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	6			
Неделя	6			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	30	30	30	30
В том числе инт.	16	16	16	16
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная	48	48	48	48
Сам. работа	60	60	60	60
Итого	108	108	108	108

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	дать обучающимся знания в области теории и практики конкурентоспособности как перспективного направления развития систем в условиях высокой степени изменчивости среды, способствовать формированию у обучающихся понятия о конкуренции и путей ее достижения, а также факторов влияющих на конкуренцию и методы ее оценки и управления.
1.2	Задачи дисциплины: сформировать у обучающихся теоретические знания в области конкуренции;изучить критерии и факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность товаров и услуг;изучить особенности оценки конкурентоспособности товаров и услуг; определить пути достижения конкурентных преимуществ.

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

**ПК-10: способностью выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости**

### Знать:

критерии и факторы оценки конкурентоспособности и принципы оценки и принципы управления конкурентоспособностью

### Уметь:

Правильно оценить факторы, которые позволят провести правильный анализ конкурентного состояния товара (услуги), выявить резервы, повышающие конкурентные преимущества

### Владеть:

знаниями о потребительской ценности товара (услуги), о предпочтениях потребителя при выборе товара (услуги), о методах ценовой и неценовой конкуренции