Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.04.01.01 «Оценка конкурентоспособности товаров»
Направление подготовки
38.03.07 Товароведение профиль Товарный менеджмент

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению *38.03.07 «Товароведение»*

Учебная дисциплина «Оценка конкурентоспособности товаров» входит в раздел дисциплин по выбору студента, модуля 3 вариативной части учебного плана.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Стандартизация, подтверждение соответствия и метрология», «Теоретические основы товароведения и экспертизы», «Информационные технологии и системы в товароведной деятельности и экспертизе», «Маркетинг», «Экономика организации», «Товарный менеджмент строительных материалов», «Товарный менеджмент парфюмерно-косметических и ювелирных товаров», «Товарный менеджмент хозяйственных товаров», «Товарный менеджмент одежно-обувных товаров».

Изучение дисциплины «Оценка конкурентоспособности товаров» необходимо для прохождения государственной итоговой аттестации.

Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины является усвоение обучающимися теоретических знаний, овладение практическими методами, обеспечивающими квалифицированную деятельность товароведов по оценке и обеспечению конкурентоспособности товаров и услуг.

Учебные задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:
1. Усвоение знаний о критериях конкурентоспособности товаров и услуг;
2. Усвоение принципов товарного менеджмента и маркетинга при закупке и реализации товаров;
3. Усвоение умений осуществлять товарный менеджмент при закупке и реализации сырья и товаров и осуществлять продвижение товаров;
4. Усвоение умений применять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости

Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

вид деятельности **организационно-управленческая деятельность в области товарного менеджмента**
ПК-5 – Способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств.
В результате освоения компетенции **ПК-5** студент должен:
знать:
– принципы товарного менеджмента в организации товароведной и коммерческой деятельности;
– принципы формирования ассортимента и управления товарными потоками на всех этапах товародвижения;

уметь:
– применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке и реализации товаров;
– осуществлять товарный менеджмент при закупке и реализации сырья и товаров и осуществлять продвижение товаров;
владеть:
– методами продвижения товаров.
Вид деятельности: оценочно-аналитическая
ПК-10 способность выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости
В результате освоения компетенции **ПК-10** студент должен:
знать:
– ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости
уметь:
– применять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости;
владеть:
– методами выявления ценообразующих характеристик товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости.

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Общая характеристика конкурентоспособности товаров.
Цель, задачи, предмет дисциплины. Понятие конкуренции, конкурентоспособности, критериев и
факторов конкурентоспособности товаров. Конкурентоспособность товаров как мера качества жизни населения и прибыли организации. Роль оценки конкурентоспособности в предпринимательской деятельности. Объекты и субъекты конкурентоспособности товаров. Закономерности приобретения товаров..

Формируемые компетенции ПК-5

Тема 2. Критерии конкурентоспособности товаров на внутреннем и внешнем рынках
Социальная адресность как критерий: сущность, формирование дискретный и интерактивный процессы; роль мерчендайзинга в обеспечении критерия. Уровень качества как критерий конкурентоспособности: выбор технических характеристик, определяющих конкурентные преимущества товаров; необходимость преобразования технических характеристик в потребительские показатели качества; дифференциальный и комплексный методы оценки уровня качества; характеристики стабильности уровня качества в объеме и времени. Потребительская новизна: характеристика товаров по степени новизны; роль потребительской новизны в обеспечении конкурентоспособности товаров. Стабильность новизны во времени и в объеме. Имидж: понятие и роль в обеспечении конкурентоспособности; имидж и торговые марки. Информативность: требования к объему и содержанию информации о конкурентных преимуществах; средства информации о конкурентных преимуществах; знаки, информирующие о конкурентоспособности товаров. Безопасность: безопасность как ограничительный критерий и как критерий, подлежащий оценке, методы повышения гарантии безопасности. Подлинность: меры обеспечения, способы подтверждения. Цена потребления: понятие и структура цены потребления; проблема достижения адекватности цены качеству; комбинация изменения цен и качества как основа конкурентной стратегии..

Формируемые компетенции ПК-10, ПК-5

Тема 3. Макроэкономические и микроэкономические факторы конкурентоспособности

Роль государства в формировании конкурентоспособности товаров. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров: экономическая политика страны, состояние нормативно-технической базы, состояние финансовой системы, внешнеэкономическая стратегия страны, научно-технический потенциал страны, уровень развития информационных технологий, стоимость ресурсов, географическое, политическое экономическое положение страны, производительность и интенсивность труда, издержки производства продукции в отраслях. Микроэкономические факторы. Производственные факторы: оборудование и персонал; сырьевые ресурсы; инженерно-технические знания и опыт персонала. Критерии модели Премии Правительства РФ в области качества как производственные факторы. Рыночные факторы: типы рынка, емкость рынка (размер рынка, рыночная новизна, частота покупок товара); стабильность и перспективность рынка. Сбытовые факторы: увязка новой продукции с ассортиментом выпускаемой продукции; наличие разветвленной дилерской сети; рекламное обеспечение; формы расчета с поставщиком, транспортабельность товара; надежность поставки. Сервисные факторы: факторы, действующие на стадии предпродажного обслуживания; факторы, действующие на стадии послепродажного обслуживания. Взаимосвязь сбытовых и сервисных факторов как причин изменения качества товара, доступности товара, ассортимента товара

Формируемые компетенции ПК-10

Тема 4. Роль технического регулирования в обеспечении конкурентоспособности

Роль стандартизации: соответствие обязательным требованиям государственных стандартов, техническим регламентам, международным стандартам, как условие выхода на рынок и целесообразности оценки конкурентоспособности; соответствие зарубежным стандартам как фактор, определяющий уровень качества и возможность реализации на рынке. Роль сертификации и других форм обязательного подтверждения: обязательное подтверждение соответствия как условие выхода на рынок и целесообразность оценки конкурентоспособности; добровольная сертификация как фактор обеспечения конкурентоспособности; имидж органа по сертификации как фактор конкурентоспособности. Роль систем качества в обеспечении стабильности уровня качества товаров

Формируемые компетенции ПК-5

Тема 5. Методы оценки конкурентоспособности товаров.

Цели и принципы оценки конкурентоспособности товаров. Этапы оценки конкурентоспособности товаров. Классификация методов оценки конкурентоспособности товаров. Характеристика методов исходя из источника и способа получения первичной информации (расчетный, экспериментальный, статистический и пр.). Характеристика методов исходя из номенклатуры критериев - прямые методы и косвенные методы. Характеристика методов исходя из цели и стадии оценки: методы, применяемые на стадиях проектирования и изготовления продукции; методы, применяемые на стадиях реализации и эксплуатации. Характеристика методов, исходя из формы представления данных: графические методы, матричные, расчетные, комбинированные

Формируемые компетенции ПК-10

Тема 6. Обеспечение конкурентоспособности товаров

Конкурсы и их роль в формировании конкурентоспособности товаров. Этапы обеспечения конкурентоспособности товаров.

Формируемые компетенции ПК-10, ПК-5

Объем дисциплины: 180 часов /5 з.е.
Промежуточная аттестация в 7 семестре – **Экзамен**.
Семестр - 7.

Разработчик: К.фарм.н., доцент, зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров ПИ (ф) РЭУ имени Г.В. Плеханова Т.А.Мазунина