

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

Суслова Ю.Ю.

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
КОНКУРЕНЦИЯ НА ТОВАРНЫХ
РЫНКАХ**

Дисциплина Б1.В.11 Конкуренция на товарных рынках

Направление подготовки /
специальность 38.03.06 Торговое дело профиль подготовки
38.03.06.01 "Коммерция"
очная форма обучения

Направленность
(профиль)

Форма обучения

очная

Год набора

2018

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

Направление 38.03.06 Торговое дело профиль подготовки 38.03.06.01

"Коммерция"

очная форма обучения

год набора 2018

Программу
составили

Юшкова Л.В.

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель преподавания дисциплины: дать студентам глубокие теоретические и практические знания, умения и навыки работы по анализу конкуренции и формированию конкурентной стратегии в рыночных условиях, позволяющие ускорить их профессиональную адаптацию к реалиям работы современных организаций и оптимизировать их деятельность с учетом последних достижений и передового опыта в области маркетинга.

1.2 Задачи изучения дисциплины

- представление студентам эволюции, современной теории и опыта регулирования конкурентных отношений, формирование умений ее практического использования;

- обучение методам диагностики конкурентной среды и конкурентных отношений на рынке;

- обучение методам определения конкурентоспособности товаров, фирм;

- развитие способностей идентификации проблем конкурентоспособности товаров (фирм) и их решения;

- формирование навыков аналитического обеспечения управленческих решений по проблемам конкурентных отношений на рынке.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

ПК-9:готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	
Уровень 1	знать теоретические положения конкурентного анализа; основные принципы конкурентной разведки;
Уровень 1	- оценивать конкурентоспособность товаров, услуг и предприятий; - проводить конкурентную разведку;
Уровень 1	владеть методами конкурентного анализа; способностью собирать, обобщать и анализировать информацию, необходимую для решения поставленных маркетинговых задач;
ПК-10:способностью проводить научные, в том числе маркетинговые,	

исследования в профессиональной деятельности	
Уровень 1	знать теоретические положения конкурентного анализа; основные принципы конкурентной разведки;
Уровень 1	- оценивать конкурентоспособность товаров, услуг и предприятий; - проводить конкурентную разведку;
Уровень 1	владеть методами конкурентного анализа; способностью собирать, обобщать и анализировать информацию, необходимую для решения поставленных маркетинговых задач;

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Конкуренция на товарных рынках» Б1.В.11 является одной из дисциплин основной образовательной программы по направлению 38.03.06. Торговое дело (программы подготовки 38.03.06.01 Коммерция).

Предшествующие дисциплины

Коммерческая деятельность

Маркетинг

Основы предпринимательства

Курс тесно связан и с блоком общенаучных дисциплин, и с блоком специальных. Дисциплина обеспечивает

Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка

Подготовка и сдача государственного экзамена

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

преддипломная практика

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр	
		7	8
Общая трудоемкость дисциплины	5 (180)	3 (108)	2 (72)
Контактная работа с преподавателем:	1,5 (54)	0,94 (34)	0,56 (20)
занятия лекционного типа	0,78 (28)	0,5 (18)	0,28 (10)
занятия семинарского типа			
в том числе: семинары			
практические занятия			
практикумы			
лабораторные работы	0,72 (26)	0,44 (16)	0,28 (10)
другие виды контактной работы			
в том числе: групповые консультации			
индивидуальные консультации			
иная внеаудиторная контактная работа:			
групповые занятия			
индивидуальные занятия			
Самостоятельная работа обучающихся:	2,5 (90)	2,06 (74)	0,44 (16)
изучение теоретического курса (ТО)			
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)			
реферат, эссе (Р)			
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Да	Нет	Да
Промежуточная аттестация (Зачёт) (Экзамен)	1 (36)		1 (36)

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в теорию конкуренции	4	0	2	20	ПК-10 ПК-9
2	Конкурентная среда потребительских рынков	4	0	4	20	ПК-10 ПК-9
3	Конкурентоспособность	6	0	6	26	ПК-10 ПК-9
4	Конкурентные стратегии	4	0	4	8	ПК-10 ПК-9
5	Введение в теорию конкуренции	3	0	2	2	ПК-10 ПК-9
6	Конкурентная среда потребительских рынков	2	0	3	4	ПК-10 ПК-9
7	Конкурентоспособность	3	0	3	6	ПК-10 ПК-9
8	Конкурентные стратегии	2	0	2	4	ПК-10 ПК-9
Всего		28	0	26	90	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

1	1	Основы теории конкурентных рынков.	2	2	0
2	1	Правовое регулирование конкуренции.	2	2	0
3	2	Анализ конкурентной среды в маркетинговых исследованиях.	2	2	0
4	2	Анализ деятельности конкурентов.	2	0	0
5	3	Конкурентоспособность товара.	2	0	0
6	3	Методические основы определения конкурентоспособности товара.	2	0	0
7	3	Конкурентоспособность фирм.	2	0	0
8	4	Формирование стратегии конкуренции	2	0	0
9	4	Конкурентные силы и факторы конкурентного преимущества.	2	0	0
10	5	Основы теории конкурентных рынков.	2	0	0
11	5	Правовое регулирование конкуренции.	1	0	0
12	6	Анализ конкурентной среды в маркетинговых исследованиях.	1	0	0
13	6	Анализ деятельности конкурентов.	1	0	0
14	7	Конкурентоспособность товара.	1	0	0
15	7	Методические основы определения конкурентоспособности товара.	1	0	0
16	7	Конкурентоспособность фирм.	1	0	0
17	8	Формирование стратегии конкуренции	1	0	0
18	8	Конкурентные силы и факторы конкурентного преимущества.	1	0	0

Всего		28	6	0
-------	--	----	---	---

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Основы теории конкурентных рынков.	1	0	0
2	1	Правовое регулирование конкуренции.	1	0	0
3	2	Анализ конкурентной среды в маркетинговых исследованиях.	2	0	0
4	2	Анализ деятельности конкурентов.	2	0	0
5	3	Конкурентоспособность товара.	2	0	0
6	3	Методические основы определения конкурентоспособности товара.	2	0	0
7	3	Конкурентоспособность фирм.	2	0	0
8	4	Формирование стратегии конкуренции	2	0	0
9	4	Конкурентные силы и факторы конкурентного преимущества.	2	0	0
10	5	Основы теории конкурентных рынков.	1	0	0
11	5	Правовое регулирование конкуренции.	1	0	0
12	6	Анализ конкурентной среды в маркетинговых исследованиях.	1	0	0

13	6	Анализ деятельности конкурентов.	2	0	0
14	7	Конкурентоспособность товара.	1	0	0
15	7	Методические основы определения конкурентоспособности товара.	1	0	0
16	7	Конкурентоспособность фирм.	1	0	0
17	8	Формирование стратегии конкуренции	1	0	0
18	8	Конкурентные силы и факторы конкурентного преимущества.	1	0	0
Итого			26	0	0

4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Бутова Т. Г., Егошина О. Л., Жирагкова А. Н., Казаков А. А., Терещенко Н. Н., Яковлева Е. Ю.	Маркетинг в сфере услуг: учеб.-метод. пособие для практ. занятий [для студентов спец. 080200.68.11 «Маркетинг в сфере услуг»]	Красноярск: СФУ, 2012
Л1.2	Якимова Е. А.	Маркетинговые исследования: методы и анализ: учеб.-метод. комплекс [для студентов напр. подг. 080200.68.06 «Маркетинг»]	Красноярск: СФУ, 2014

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год

Л1.1	Антонов Г.Д., Иванова О.П., Тумин В. М.	Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)	Москва: ИНФРА-М, 2014
Л1.2	Архипова Л. С., Гагарина Г. Ю., Архипов А. М.	Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: монография	Москва: ИНФРА-М, 2015
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Лифиц И. М.	Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник для бакалавров по специальностям "Коммерция" (торговое дело)", "Товароведение", "Маркетинг"	Москва: Юрайт, 2014
Л2.2	Герасимов Б. И., Мозгов Н.Н.	Маркетинговые исследования рынка: учебное пособие	Москва: Форум, 2014
6.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Бутова Т. Г., Егошина О. Л., Жираткова А. Н., Казаков А. А., Терещенко Н. Н., Яковлева Е. Ю.	Маркетинг в сфере услуг: учеб.-метод. пособие для практ. занятий [для студентов спец. 080200.68.11 «Маркетинг в сфере услуг»]	Красноярск: СФУ, 2012
Л3.2	Якимова Е. А.	Маркетинговые исследования: методы и анализ: учеб.-метод. комплекс [для студентов напр. подг. 080200.68.06 «Маркетинг»]	Красноярск: СФУ, 2014

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	Всемирная торговая организация	http://www.wto.org
Э2	Центральный Банк РФ	http://www.cbr.ru

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная работа бакалавров регламентируется графиком учебного процесса

Учебным планом предусмотрено 180 часов / 5 зачетных единиц в том числе на самостоятельную работу 90 часов / 2,5 зачетные единицы

из них 36 часов – на изучение теоретического материала;

52 часа – на решение задач и подготовку расчетных работ;

Для самостоятельной работы по перечисленным темам необходимо изучить приведенные по разделам учебно-методические материалы по дисциплине. Осуществляется как промежуточный контроль самостоятельной работы студента (на практических занятиях по соответствующим темам), так и итоговый тест, результаты которого будут учитываться при проведении зачета.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
9.1.2	Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
9.1.3	Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	не предусмотрено изучением дисциплины
-------	---------------------------------------

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС)