

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.11 Конкуренция на товарных рынках

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)

38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности

Форма обучения

заочная

Год набора

2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

канд. экон. наук, доцент, Юшкова Л.В.

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ПК-10: способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	
ПК-10: способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	-цели, принципы и методы интерпретации информации к конкурентной проблематике; -основные методики анализа конкуренции; - осуществлять разведочные, дескриптивные и казуальные исследования по проблемам конкуренции; -работать с международными базами конкурентоспособности для обоснования конкурентных стратегий; -методиками оценки эффективности конкурентной стратегии; -методиками бенчмаркинга для обоснования конкурентных преимуществ предприятия;
ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	

ПК-9: готовностью	категорийный аппарат и его сущность в области
анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	конкуренции; -виды конкурентных стратегий и их место в системе стратегического маркетинга. -выбирать способы сбора информации конкурентов, релевантные планируемой стратегии; -собирать информацию о конкурентах предприятия для корректировки стратегий развития; -методами оценки конкурентоспособности экономических субъектов; -способностью интерпретировать конкурентный анализ в разработку стратегии;

1.4 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					
		1	2	3	4	5	6

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Контактная работа, ак. час.							
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Введение в теорию конкуренции									
	1. Основы теории конкурентных рынков.	1							
	2. Основы теории конкурентных рынков.					1			
	3. Основы теории конкурентных рынков.							12	
	4. Правовое регулирование конкуренции.	1							
	5. Правовое регулирование конкуренции.					1			
	6. Правовое регулирование конкуренции.							15	
2. Конкурентная среда потребительских рынков									
	1. Анализ конкурентной среды в маркетинговых исследованиях.	2							
	2. Анализ конкурентной среды в маркетинговых исследованиях.					2			
	3. Анализ конкурентной среды в маркетинговых исследованиях.							20	
	4. Анализ деятельности конкурентов.	2							

5. Анализ деятельности конкурентов.					2			
6. Анализ деятельности конкурентов.							20	
7.								
3. Конкурентоспособность								
1. Конкурентоспособность товара.	1							
2. Конкурентоспособность товара.					1			
3. Конкурентоспособность товара.							18	
4. Методические основы определения конкурентоспособности товара.	1							
5. Методические основы определения конкурентоспособности товара.					2			
6. Методические основы определения конкурентоспособности товара.							10	
7. Конкурентоспособность фирм.	2							
8. Конкурентоспособность фирм.					1			
9. Конкурентоспособность фирм.							18	
4. Конкурентные стратегии								
1. Формирование стратегии конкуренции	1							
2. Формирование стратегии конкуренции					1			
3. Формирование стратегии конкуренции							10	
4. Конкурентные силы и факторы конкурентного преимущества.	1							
5. Конкурентные силы и факторы конкурентного преимущества.					1			
6. Конкурентные силы и факторы конкурентного преимущества.							20	
7.								

Bcero	12				12		143	
-------	----	--	--	--	----	--	-----	--

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Юшкова Л. В. Конкурентный анализ товарных рынков и услуг: учеб. пособие для вузов по специальности 080111 "Маркетинг"(Красноярск: КГТЭИ).
2. Архипова Л. С., Гагарина Г. Ю., Архипов А. М. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: монография(Москва: ИНФРА-М).
3. Котлер Ф., Бес Ф. Т., Виноградов А. П., Царук Л. Латеральный маркетинг: Технология поиска революционных идей Учебное пособие (Москва: Альпина Паблишерз).
4. Рыжикова Т. Н. Анализ деятельности конкурентов: Учебное пособие (Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
5. Юшкова Л. В., Алешина О. Г., Карпычева О. В. Конкуренция на товарных рынках: учебно-методический комплекс [для бакалавров напр. подготовки 100700.62 «Торговое дело», профиля 100700.62.02 «Маркетинг в торговой деятельности»](Красноярск: СФУ).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертifikат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
2. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертifikат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
3. ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лицсертifikат EAV- 0189835462 от 10.04.2017;
4. Kaspersky Endpoint Security Лицсертifikат 2462170522081649547–546 от 22.05.2017.
- 5.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. не предусмотрено изучением дисциплины

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 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).