

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  
38.03.06.02 "Маркетинг в торговой  
деятельности"

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 38.03.06.02

---

"Маркетинг в торговой деятельности"

---

очная форма обучения

---

2018 год набора

---

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

<b>ПК-9:готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</b>	
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;
<b>ПК-10:способностью проводить научные, в том числе маркетинговые,</b>	

<b>исследования в профессиональной деятельности</b>	
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 38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности).

Предшествующие дисциплины

Маркетинговые исследования

Коммерческая деятельность

Маркетинг

Основы предпринимательства

Курс тесно связан и с блоком общенаучных дисциплин, и с блоком специальных. Дисциплина обеспечивает и дополняет изучение следующих предметов:

Стратегический маркетинг

научно-исследовательская работа

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
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>5 (180)</b>	<b>3 (108)</b>	<b>2 (72)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,5 (54)</b>	<b>0,94 (34)</b>	<b>0,56 (20)</b>
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			
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>2,5 (90)</b>	<b>2,06 (74)</b>	<b>0,44 (16)</b>
изучение теоретического курса (ТО)			
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)			
реферат, эссе (Р)			
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Да	Нет	Да
<b>Промежуточная аттестация (Зачёт) (Экзамен)</b>	<b>1 (36)</b>		<b>1 (36)</b>

### 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	18	ПК-10 ПК-9
2	Конкурентная среда потребительских рынков	4	0	4	22	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	0	0
2	1	Правовое регулирование конкуренции.	2	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.	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	0	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
<b>6.2. Дополнительная литература</b>			
	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
<b>6.3. Методические разработки</b>			
	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	<a href="http://www.wto.org">http://www.wto.org</a>
Э2	Центральный Банк РФ	<a href="http://www.cbr.ru">http://www.cbr.ru</a>

## **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;

54 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)