


федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Мичуринский государственный аграрный университет»

Кафедра экономики и коммерции

УТВЕРЖДЕНА
решением учебно-методического совета
университета
(протокол от 22 июня 2023 г. № 10)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель учебно-методического
совета университета
 С.В. Соловьёв
«22» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Направление 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Коммерческая деятельность в АПК

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Мичуринск, 2023

1. Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Конкурентоспособность коммерческих предприятий» являются освоение обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области конкурентоспособности коммерческих предприятий; изучение влияния качества товаров и услуг на конкурентоспособность; выявление коммерческих факторов конкурентоспособности товаров и услуг.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Конкурентоспособность коммерческих предприятий» Б1.В.12 относится к вариативной части профессионального цикла.

Для освоения дисциплины «Конкурентоспособность коммерческих предприятий» обучающиеся используют знания, умения, навыки, сформированные по таким дисциплинам как: «Организация коммерческой деятельности предприятий АПК», «Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка».

В дальнейшем знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины используются при выполнении учебно-исследовательских аналитических работ, прохождении производственных практик и написании выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Освоение дисциплины направлено на формирование *профессиональных компетенций*

ПК-3 – готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

ПК-9 – готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

Планируемые результаты обучения (показатели освоения компетенции)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
ПК-3				
Знать: способы и методы выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций, механизм изучения и прогнозирования спроса потребителей, порядок проведения	Не знает способы и методы выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций, механизм изучения и прогнозирования	Фрагментарные знания способов и методов выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций, механизма изучения и прогнозирования спро-	Общие, не структурированные знания способов и методов выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций,	Полные, систематические знания способов и методов выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций, механиз-

анализа маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка	ния спроса потребителей, порядок проведения анализа маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка	са потребителей, порядка проведения анализа маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка	механизма изучения и прогнозирования спроса потребителей, порядка проведения анализа маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка	ма изучения и прогнозирования спроса потребителей, порядка проведения анализа маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка
Уметь: выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка	Частично освоенное умение выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка	Полностью сформированное умение выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка
Владеть: методами и средствами выявления, формирования и прогнозирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; проведения маркетинговых исследований; изучения конъюнктуры рынка	Поверхностное владение методами и средствами выявления, формирования и прогнозирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; проведения маркетинговых исследований; изучения	Удовлетворительное владение методами и средствами выявления, формирования и прогнозирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; проведения маркетинговых исследований; изучения конъюнкту-	Хорошее владение методами и средствами выявления, формирования и прогнозирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; проведения маркетинговых исследований; изучения конь-	Свободное, полноценное владение методами и средствами выявления, формирования и прогнозирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; проведения маркетинговых исследований;

	конъюнктуру рынка	ры рынка	юнктуры рынка	изучения конъюнктуры рынка
ПК-9				
Знать: сущность развития экономических систем на основе разработки стратегий; типологию экономических стратегий; наиболее актуальные стратегии участников агропродовольственного рынка.	Не знает: сущности развития экономических систем на основе разработки стратегий; типологии экономических стратегий; наиболее актуальных стратегий участников агропродовольственного рынка.	Обнаруживает неполные знания: сущности развития экономических систем на основе разработки стратегий; типологии экономических стратегий; наиболее актуальных стратегий участников агропродовольственного рынка.	Хорошо знает: сущность развития экономических систем на основе разработки стратегий; типологию экономических стратегий; наиболее актуальные стратегии участников агропродовольственного рынка.	Обнаруживает полные и глубокие знания сущности развития экономических систем на основе разработки стратегий; типологии экономических стратегий; наиболее актуальных стратегий участников агропродовольственного рынка.
Уметь: анализировать и оценивать возможные благоприятные и неблагоприятные тенденции развития агропродовольственных рынков и их участников.	Не умеет анализировать и оценивать возможные благоприятные и неблагоприятные тенденции развития агропродовольственных рынков и их участников.	Умеет анализировать и оценивать возможные благоприятные и неблагоприятные тенденции развития агропродовольственных рынков и их участников допуская несущественные ошибки.	Умеет хорошо анализировать и оценивать возможные благоприятные и неблагоприятные тенденции развития агропродовольственных рынков и их участников.	Умеет правильно и в полной мере анализировать и оценивать возможные благоприятные и неблагоприятные тенденции развития агропродовольственных рынков и их участников.
Владеть: методами и навыками анализа, оценки и разработки стратегии организации	Не владеет методами и навыками анализа, оценки и разработки стратегии организации	Слабое владение методами и навыками анализа, оценки и разработки стратегии организации	Владеет методами и навыками анализа, оценки и разработки стратегии организации	Полностью сформированное владение методами и навыками анализа, оценки и разработки стратегии организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- теоретические основы в области конкуренции, а также конкурентоспособности коммерческого предприятия;

- влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность конкретного предприятия;

- методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг.

Уметь:

- систематизировать полученные знания и делать соответствующие выводы о причинно-следственных связях конкурентоспособности товаров;

- определять, в ходе оценки конкурентоспособности товаров и услуг, основные направления повышения эффективности производственной и коммерческой деятельности предприятия.

Владеть:

- способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

- способностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.

3.1. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины (модуля) и формируемых в них общекультурных и профессиональных компетенций

Разделы, темы дисциплины	ПК-3	ПК-9	Общее количество компетенций
Качество продукции как важнейший составляющий элемент конкурентоспособности продукции АПК	x	x	2
Критерии оценки качества продукции АПК	x	x	2
Конкурентоспособность товаров	x	x	2
Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность	x	x	2
Методы оценки реальной конкурентоспособности продукции АПК	x	x	2
Коммерческие факторы конкурентоспособности товаров и услуг	x	x	2
Оценка конкурентоспособности продукции АПК	x	x	2

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид занятий	Количество ак. часов	
	по очной форме обучения (7 семестр)	по заочной форме обучения (5 курс)
Общая трудоемкость дисциплины	108	108

Контактная работа обучающихся с преподавателем	68	12
Аудиторные занятия, в т.ч.	68	12
лекции	34	4
практические занятия	34	8
Самостоятельная работа, в т.ч.	40	87
проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	10	22
подготовка к практическим занятиям, защите реферата	10	22
выполнение индивидуальных заданий	10	22
подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	10	21
Контроль	-	9
Вид итогового контроля	экзамен	экзамен

4.2. Лекции

№	Название темы	Объем в ак. часах		Формируемые компетенции
		очная форма обучения	заочная форма обучения	
1.	Качество продукции как важнейший составляющий элемент конкурентоспособности	5	1	ПК-3, ПК-9
2.	Критерии оценки качества продукции	5	1	ПК-3, ПК-9
3.	Конкурентоспособность товаров	5	1	ПК-3, ПК-9
4.	Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность	5	1	ПК-3, ПК-9
5.	Методы оценки реальной конкурентоспособности	5	-	ПК-3, ПК-9
6.	Коммерческие факторы конкурентоспособности товаров и услуг	5	-	ПК-3, ПК-9
7.	Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	4	-	ПК-3, ПК-9
	ИТОГО	34	4	

4.3. Практические занятия

Название темы	Объем в ак. часах		Формируемые компетенции
	очная форма обучения	заочная форма обучения	
Качество продукции как важнейший составляющий элемент конкурентоспособности	5	1	ПК-3, ПК-9

Критерии оценки качества продукции	5	1	ПК-3, ПК-9
Конкурентоспособность товаров	5	1	ПК-3, ПК-9
Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность	5	1	ПК-3, ПК-9
Методы оценки реальной конкурентоспособности	5	1	ПК-3, ПК-9
Коммерческие факторы конкурентоспособности товаров и услуг	5	1	ПК-3, ПК-9
Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	4	2	ПК-3, ПК-9
ИТОГО	34	8	

4.4. Лабораторные работы не предусмотрены

4.5. Самостоятельная работа обучающихся

Раздел дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем в ак. часах	
		очная форма обучения	заочная форма обучения
1. Качество продукции как важнейший составляющий элемент конкурентоспособности	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	3
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	3
	Выполнение индивидуальных заданий	1	3
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	3
2. Критерии оценки качества продукции	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	3
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	3
	Выполнение индивидуальных заданий	1	3
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	3
3. Конкурентоспособность товаров	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	3
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	3
	Выполнение индивидуальных заданий	1	3
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	3
4. Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	3
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	3

	Выполнение индивидуальных заданий	1	3
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	3
5. Методы оценки реальной конкурентоспособности	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	3
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	3
	Выполнение индивидуальных заданий	1	3
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	3
6. Коммерческие факторы конкурентоспособности товаров и услуг	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	2	3
	Подготовка к практическим занятиям, , защите реферата	2	3
	Выполнение индивидуальных заданий	1	3
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	3
7. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	1	4
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	1	4
	Выполнение индивидуальных заданий	1	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	3
Итого		40	87

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине:

1. Евдокимова Е.А. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине (модулю) «Конкурентоспособность коммерческих предприятий» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (профиль) Коммерческая деятельность в АПК, Мичуринск, 2022.

2. Евдокимова Е.А. Методические указания по выполнению контрольной работы по дисциплине (модулю) «Конкурентоспособность коммерческих предприятий» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (профиль) Коммерческая деятельность в АПК, Мичуринск, 2022.

4.6. Выполнение контрольной работы обучающихся заочной формы обучения

Целью контрольной работы по дисциплине является рассмотрение теоретических знаний и практических навыков в области конкурентоспособности коммерческих предприятий.

В результате выполнения контрольной работы обучающийся овладевает следующими профессиональными компетенциями: ПК-3; ПК-9

Требования к оформлению.

Контрольная работа может быть выполнена в ученической (школьной) тетради или на листах формата А4 печатным или рукописным (четким, читаемым) способом. Выпол-

ненные задания располагаются по представленному порядку. Список используемой литературы приводится в конце работы.

На титульном листе располагается следующая информация: название дисциплины, Ф.И.О. обучающегося, курс, группа, номер зачётной книжки, номер выбранного варианта и номера выполненных заданий по порядку в следующем виде:

Сроки выполнения. Выполненная контрольная работа подписывается обучающимся и сдается на проверку преподавателю на кафедру экономики и коммерции в установленные сроки, как правило, за 10 дней до начала сессии. Проверка контрольной работы преподавателем осуществляется в течение недели после ее сдачи. Контрольная работа должна быть зачтена к началу экзаменационной сессии.

4.7. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Качество продукции как важнейший составляющий элемент конкурентоспособности.

Конкуренция - это сущность рыночных взаимоотношений между изготовителями или продавцами однородных товаров и услуг.

В настоящее время нет федеральных законов о конкуренции. Об инновационной деятельности, о промышленности и др. Лишь некоторые аспекты конкуренции и конкурентоспособности в России рассматриваются Гражданским кодексом РФ, Законом РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», Федеральным законом «О техническом регулировании».

Принятые в середине 90-х годов законы «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», «О защите прав потребителей», «О рекламе», «О естественных монополиях», «О государственной поддержке малого предпринимательства» желаемых результатов не дали.

Цель конкуренции - получение наиболее выгодных условий наибольшей прибыли от реализации товаров и услуг. Адам Смит характеризовал конкуренцию как поведенческую категорию, когда индивидуальные продавцы и покупатели соперничают на рынке за более выгодные условия продажи и покупки товаров и услуг.

В зависимости от соотношения числа изготовителей, продавцов и потребителей конкуренция может быть совершенная, несовершенная, монополистическая.

Свершенная конкуренция теоретически существует на рынке при наличии большого числа продавцов одноименных групп товаров. Примером рынка совершенной или чистой конкуренции является аграрный рынок.

Несовершенная конкуренция существует при олигополии на рынке и характеризуется наличием большого числа покупателей и ограниченного количества производителей.

Монополистическая конкуренция характеризуется структурой рынка, при которой большое число потребителей может приобрести товар у единственного изготовителя.

Конкурентоспособность товара - это уровень его экономических показателей и потребительских свойств, позволяющий выдержать соперничество с другими аналогичными товарами на рынке.

Конкурентоспособность товара является сложным свойством, сформированным его качеством (потребительской ценностью).

Потребительские свойства товаров являются главными составляющими его конкурентоспособности.

Тема 2. Критерии оценки качества продукции

Значение и виды потребностей

Потребности человека по степени значимости можно ранжировать в следующем порядке:

- физиологические потребности;
- потребности самосохранения;

- социальные потребности;
- потребности в уважении;
- потребности в самоутверждении.

В соответствии с природой возникновения и содержательной сущностью все личные потребности традиционно подразделяются на материальные и духовные.

Материальные потребности порождены биологической природой человека.

Духовные потребности направлены на воспроизводство человека как личности.

Потребности в товарах

В соответствии с ГОСТ 51303-99 «Торговля. Термины и определения» товар - это любая вещь, неограниченная в обороте, свободно отчуждаемая и переходящая от одного лица к другому по договору купли-продажи.

Товары народного потребления- товары, предназначенные для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Потребность в услугах

Потребности в услугах можно классифицировать по ряду признаков

По функциональному назначению их разделяют на следующие группы:

- технологические потребности;
- потребности в свободном времени;
- культурно-развлекательные потребности;
- эргономические потребности;
- информационные потребности;
- образовательные потребности;

По средствам удовлетворения потребности делят на два вида:

- потребности, удовлетворяемые в системе обслуживания;
- потребности, удовлетворяемые путем самообслуживания.

По частоте возникновения различают потребности:

- постоянные;
- периодические;
- эпизодические.

По сезонности возникновения различают потребности:

- с сильно выраженной сезонностью;
- с высокой сезонностью;
- высокой сезонностью;
- умеренной сезонностью;
- незначительной сезонностью.

Ценность товаров и услуг

Существуют абсолютные, действительные и платежеспособные потребности

Абсолютные потребности- это желаемые, но практически недостижимые блага, которые определены на перспективу.

Действительные потребности- это потребности, которые меньше абсолютных.

Платежеспособные потребности- это часть действительных потребностей, обеспеченная денежными средствами.

Модели потребления товаров и услуг

Создание конкурентоспособных товаров и услуг основывается на анализе поведения потребителей. Поведение потребителей в процессе покупки товаров рассматривается как действие., состоящее из нескольких фаз:

- Первая фаза- импульсивная;
- Вторая фаза:- перцепция;
- Третья фаза:- манипуляция;
- Четвертая фаза- консумация.

Анализ типологических особенностей потребителей

Удовлетворение физиологических, социальных и духовных потребностей обеспечивает людям необходимые условия существования.

Правила деления потребителей на типы:

Типологические группы потребителей должны различаться между собой;

Группа должна содержать похожих по потребностям и спросу потребителей;

Каждая группа должна быть достаточна по размеру, чтобы соизмерить объем продаж и покрытие расходов;

Потребители каждой группы должны быть легко доступными для рекламно-информационных мероприятий целевого воздействия.

Сегментирование рынка - это процесс разделения потребителей с их многочисленными и сложными потребностями на однородные по требованиям группы. С помощью сегментирования достигаются следующие цели:

- Наилучшее удовлетворение нужд и потребностей людей;

- уклонение от конкурентной борьбы;

- увязка научно-технической политики фирмы с запросами потребителей;

- ориентация всей исследовательской деятельности на конкретного потребителя.

Признак сегментирования - это показатель способ выделения данного сегмента на рынке.

Критерий сегментирования - это показатель того, насколько фирма выбрала тот или иной рынок для деятельности.

Количественные границы сегмента показывают емкость сегмента, т.е. дают ответ на вопрос, сколько товаров может быть реализовано на рынке, какова площадь сегмента.

Информационная насыщенность сегмента - возможность получить необходимую информацию для создания банка данных по сегменту.

Тема 3. Конкурентоспособность товаров

Понятие жизненного цикла товаров и услуг

Конкурентоспособность - свойство, обеспечивающее активный и долговременный спрос на всех стадиях жизненного цикла товаров и услуг.

Жизненный цикл товара или услуги - определенный период времени, в течение которого товар или услуга находят своих покупателей.

Традиционно жизненный цикл товара принято делить на следующие стадии:

Нулевая - разработка модели товара;

Первая - начало производства товара, предложение услуги, поступление их в сферу обращения;

Вторая - стадия зрелости;

Третья - падение объемов продаж.

Формирование конкурентоспособности товаров и услуг

Конкурентоспособность товара закладывается предприятием и поддерживается продавцами в рамках жизненного цикла товаров и услуг.

В соответствии со стандартами процессы создания и жизненного цикла продукции разделены на группы:

- планирование жизненного цикла продукции;

- процессы, связанные с потреблением;

- проектирование и разработка;

- процессы, связанные с закупками;

- производство и обслуживание;

- управление устройствами для мониторинга и измерений;

- анализ и улучшение.

Тема 4. Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность

Влияние качества товаров на конкурентоспособность

Повышение конкурентоспособности товаров и услуг на основе улучшения качества позволяет предприятию занять устойчивые позиции на рынке.

Качество товаров и услуг в России регламентируется национальными стандартами, техническими регламентами.

Существует мнение, что определению качества можно разделить на пять категорий, которые отражают пять разных аспектов:

1. Качество абстрактное
2. Качество, ориентированное на продукт
3. Качество, ориентированное на потребителя
4. Качество, ориентированное на производство
5. Качество, ориентированное на создание ценности.

Потребительские свойства товара- свойства, проявляющиеся при его использовании в процессе удовлетворения потребностей.

Нормативные показатели регламентируются обязательными нормами, стандартами и законодательством страны, на рынке которой предполагается продавать товар.

Безопасность продукции регулируется Федеральным законом «О техническом регулировании».

Безопасность- комплексное свойство товара или услуги, обеспечивающее защиту жизни и здоровья потребителя, окружающей среды, а также нанесения вреда имуществу потребителя от вредных и опасных воздействий при его использовании, хранении, транспортировании и утилизации.

Безопасность потребления - способность предотвращать травматизм организма, выделение вредных для организма веществ, другие физические воздействия.

Безопасность экологическая- степень воздействия товара на окружающую среду, в том числе возможность выделения вредных примесей в окружающую среду.

Функциональные показатели характеризуют соответствие товара своему назначению, совершенство выполнения основных функций.

Эргономические показатели характеризуют товар с точки зрения его соответствия гигиеническим, антропометрическим, физиологическим и другим свойствам человека, проявляющиеся в производственных и бытовых условиях.

Влияние качества услуг на конкурентоспособность

Все предлагаемые услуги должны соответствовать нормативным требованиям.

Качество услуг определяется сложной номенклатурой свойств, которые характеризуются различными показателями.

Качество услуги- это совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предлагаемые потребности потребителя. Качество обслуживания- это совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предлагаемых потребностей потребителю.

Свойство услуги- это объективная особенность услуги, которая проявляется при ее оказании и потреблении.

Показатель качества услуги- это количественная характеристика одного или нескольких свойств услуги, составляющих ее качество.

Качество исполнения услуги зависит от профессионального мастерства исполнителя услуги. Качество результата услуги зависит от сырья и материалов, используемых в производственном процессе, совершенства технологии оказания услуги, мастерства специалистов, обслуживающих потребителей и профессионализма работников.

Показатели назначения услуги характеризуют набор свойств услуги, определяющие качество выполнения функций, для которых она предназначена.

Контроль качества услуг - совокупность операций, включающая проведение измерений, испытаний, оценки одной или нескольких характеристик услуг и сравнение полученных результатов с установленными требованиями.

Тема 5. Методы оценки реальной конкурентоспособности

Существует несколько методов расчета показателя конкурентоспособности. Нужно определить цели оценки, которые зависят от стадии жизненного цикла товара, от стратегии и планов развития фирмы. Для каждого товара необходимо оценить уровень конкурентоспособности, чтобы в дальнейшем провести анализ и выработать успешную товарную политику.

В настоящее время разработаны разные методики расчета конкурентоспособности товаров народного потребления и продукции производственно-технического назначения, основанные на различных критериях конкурентоспособности. Все методы расчета конкурентоспособности требуют изучения конъюнктуры рынка, проведения опроса потребителей и привлечения экспертов. На основе собранной информации рассчитываются показатели конкурентоспособности. Показатели конкурентоспособности продукции по цене зависят от уровня доходов населения, поскольку зависят от их платежеспособности. Товар конкурентоспособен по ценовому фактору не тогда, когда у него минимальная цена, а тогда, когда цена продажи соответствует уровню доходов населения, которое может себе позволить приобрести и эксплуатировать эту продукцию по данной цене. Поэтому на каждом сегменте рынка определяется свой показатель конкурентоспособности. Уровень конкурентоспособности, рассчитанный по каждому сегменту и по каждому виду, сравнивается с уровнем конкурентоспособности фирмы-конкурента.

Тема 6. Коммерческие факторы конкурентоспособности товаров и услуг

Цена потребления как фактор формирования конкурентоспособности

Цена потребления- второй основной фактор конкурентоспособности товаров и услуг.

На ценообразование влияет несколько групп факторов:

- факторы, управляемые предприятием;
- рыночные факторы.

Основное влияние на стратегию ценообразования оказывает конкуренция. Эффект Веблена заключается в том, что в некоторых случаях высокая цена на товары и услуги делает их наиболее конкурентоспособными. Это относится к демонстративному потреблению.

К основным ценовым методам повышения конкурентоспособности товаров и услуг можно отнести применение следующих видов цен:

- скользящая падающая цена;
- долговременная цена;
- преимущественная цена;
- цена на товар, снятый с производства;
- цена ниже, чем у большинства конкурентов;
- долговременная цена.

Коммерческая и маркетинговая деятельность как фактор формирования конкурентоспособности

Третьим фактором. Определяющим конкурентоспособность товаров и услуг является коммерческая и маркетинговая деятельность предприятия.

Достижение высокой конкурентоспособности за счет целенаправленной оптимизации маркетинговой и коммерческой деятельности включает:

- анализ рынка товаров и услуг;
- выявление потенциальных потребностей, потребительских запросов и предпочтений;
- поиск новых потребителей;
- изучение отзывов о товарах и услугах;

- составление рекомендаций изготовителям;
- разработку рекламно-информационных материалов;
- организацию мероприятий по стимулированию сбыта;
- совершенствование и внедрение новых эффективных форм и методов обслуживания покупателей;
- предпродажный и послепродажный сервис.

Тема 7. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг

Цель оценки конкурентоспособности товаров и услуг

Оценку конкурентоспособности товаров торговые и производственные предприятия проводят при:

- подготовке технических заданий по созданию новых моделей товара;
- выявлении перспектив продажи конкретных товаров, формировании структуры и выборе методов продаж;
- подготовке информации и рекламы о товаре;
- решении вопроса о патентовании, сертификации и поддержании патента, сертификата в действии;
- составлении торгового или производственного ассортимента товара;
- покупке товара через торги.

Оценку конкурентоспособности услуг сервисные и торговые предприятия проводят при:

- составлении номенклатуры основных и дополнительных услуг;
- разработке новых видов услуг;
- оценке перспектив продажи услуг;
- определении цен на услуги;
- разработке мероприятий по повышению конкурентоспособности услуг;
- подготовке информации и рекламы услуг;
- решении вопроса о лицензировании услуг.

Квалиметрический подход к оценке конкурентоспособности

Основными методами оценки конкурентоспособности являются дифференцированный метод определения относительных показателей конкурентоспособности и комплексный метод определения конкурентоспособности.

Дифференцированный метод заключается в прямом сравнении нескольких единичных показателей конкурентоспособности товара или услуги с аналогичными показателями товаров и услуг конкурентов.

Комплексный метод основан на сравнении товаров или услуг со сложной номенклатурой показателей конкурентоспособности. При этом учитывается степень влияния на конкурентоспособность каждого показателя. Комплексный метод позволяет наиболее объективно оценить конкурентоспособность. Данный метод состоит из следующих этапов(их пять):.

- 1) комплексное исследование рынка и потребностей населения;
- 2) определение факторов конкурентоспособности товаров и составление номенклатуры показателей;
- 3) экспертиза показателей конкурентоспособности товаров и услуг;
- 4) расчет комплексного интегрального показателя конкурентоспособности товара;
- 5) анализ полученных результатов и составление заключения о конкурентоспособности товара или услуги.

Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности

Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности товаров и услуг включает определение показателей рыночной ситуации, конкурентной ситуации и изменения рыночной ситуации.

К показателям рыночной ситуации относятся:

- индекс роста объемов продаж;
- уровень реализации продукции;
- эффективность маркетинга.

К показателям внутренней ситуации относятся:

- доля, занимаемая на рынке;
- относительная доля рынка.

По результатам оценки конкурентоспособности товаров или услуг могут быть приняты решения по изменению:

- состава, структуры применяемых материалов;
- порядка проектирования товара;
- технологии изготовления продукции, методов испытаний, системы контроля качества изготовления, хранения, упаковки, транспортировки, монтажа;
- технологии оказания услуг;
- цены на товар, запасные части, услуги по обслуживанию и ремонту;
- порядка реализации товара на рынке;
- структуры и размера инвестиций в разработку, производство и сбыт товара;
- структуры и объемов поставок при производстве товара, цен на комплектующие изделия, состава поставщиков;
- системы стимулирования поставщиков;
- структуры импорта и видов импортируемого товара.

5. Образовательные технологии

При изучении дисциплины используется инновационная образовательная технология на основе интеграции компетентностного и личностно-ориентированного подходов с элементами традиционного лекционно-семинарского и квазипрофессионального обучения с использованием интерактивных форм проведения занятий, исследовательской проектной деятельности и применения мультимедийных учебных материалов.

Вид учебной работы	Образовательные технологии
Лекции	Электронные материалы, использование мультимедийных средств, раздаточный материал
Практические занятия	Деловые игры, разбор конкретных управленческих ситуаций, тестирование, выполнение групповых и индивидуальных аудиторных заданий, индивидуальные доклады
Самостоятельные работы	Защита и презентация результатов самостоятельного исследования на занятиях

6. Оценочные средства дисциплины (модуля)

Основными видами дисциплинарных оценочных средств при функционировании модульно-рейтинговой системы обучения являются: на стадии рубежного рейтинга, формируемого по результатам модульного компьютерного тестирования – тестовые задания; на стадии поощрительного рейтинга, формируемого по результатам написания и защиты рефератов по актуальной проблематике, оценки ответов обучающегося на коллоквиумах, решения задач повышенной сложности – рефераты, определяемого по результатам сдачи экзамена – теоретические вопросы, контролирующие теоретическое содержание учебного материала, и компетентностно-ориентированные задания, контролирующие практические навыки из различных видов профессиональной деятельности обучающегося по ОПОП

данного направления, формируемые при изучении дисциплины «Конкурентоспособность коммерческих предприятий».

6.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Конкурентоспособность коммерческих предприятий»

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Оценочное средство	
		Наименование	Кол-во
Качество продукции как важнейший составляющий элемент конкурентоспособности	ПК-3, ПК-9	Тестовые задания	12
		Темы рефератов	2
		Вопросы для экзамена	4
Критерии оценки качества продукции	ПК-3, ПК-9	Тестовые задания	14
		Темы рефератов	2
		Вопросы для экзамена	2
Конкурентоспособность товаров	ПК-3, ПК-9	Тестовые задания	16
		Темы рефератов	4
		Вопросы для экзамена	4
Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность	ПК-3, ПК-9	Тестовые задания	12
		Темы рефератов	2
		Вопросы для экзамена	4
Методы оценки реальной конкурентоспособности	ПК-3, ПК-9	Тестовые задания	14
		Темы рефератов	2
		Вопросы для экзамена	4
Коммерческие факторы конкурентоспособности товаров и услуг	ПК-3, ПК-9	Тестовые задания	14
		Темы рефератов	3
		Вопросы для экзамена	4
Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	ПК-3, ПК-9	Тестовые задания	18
		Темы рефератов	2
		Вопросы для экзамена	4

6.2. Перечень вопросов для экзамена

1. Качество продукции: понятие и показатели (ПК-3, ПК-9)
2. Управление качеством продукции (ПК-3, ПК-9)
3. Организация контроля качества в Российской Федерации (ПК-3, ПК-9)
4. Комплексные показатели качества (ПК-3, ПК-9)
5. Предпочтения потребителей (ПК-3, ПК-9)
6. Понятие и сущность конкурентоспособности товаров (ПК-3, ПК-9)
7. Факторы влияющие на конкурентоспособность товаров (ПК-3, ПК-9)
8. Двухуровневый канал распределения (ПК-3, ПК-9)
9. Цена потребления как фактор формирования конкурентоспособности (ПК-3, ПК-9)
10. Коммерческая и маркетинговая деятельность как фактор формирования конкурентоспособности (ПК-3, ПК-9)
11. Цель оценки конкурентоспособности товаров и услуг (ПК-3, ПК-9)

12. Уровень качества товара (ПК-3, ПК-9)
13. Методы оценки качества (ПК-3, ПК-9)
14. Методы и принципы ценообразования (ПК-3, ПК-9)
15. Предпочтения потребителей (ПК-3, ПК-9)
16. Имидж компании (ПК-3, ПК-9)
17. Канал нулевого уровня (ПК-3, ПК-9)
18. Проведение кампаний по стимулированию продаж (ПК-3, ПК-9)
19. Трехуровневый канал распределения (ПК-3, ПК-9)
20. Принципиальные особенности оценки конкурентоспособности услуг (ПК-3, ПК-9)
21. Составляющие конкурентоспособности товара (ПК-3, ПК-9)
22. Критерии оценки конкурентоспособности услуг (ПК-3, ПК-9)
23. Методология оценки конкурентоспособности услуги розничной торговли (ПК-3, ПК-9)
24. Формирование имиджа предприятия (ПК-3, ПК-9)
25. Создание собственной дилерской сети (ПК-3, ПК-9)
26. Одноуровневый канал распределения (ПК-3, ПК-9)

6.3. Шкала оценочных средств

При функционировании модульно-рейтинговой системы обучения знания, умения и навыки, приобретаемые обучающимися в процессе изучения дисциплины, оцениваются в рейтинговых баллах. Учебная дисциплина имеет итоговый рейтинг - 100 баллов, который складывается из рубежного (40 баллов), промежуточного – (50 баллов) и поощрительного рейтинга (10 баллов). Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине определяется на основании перевода итогового рейтинга в 5-ти балльную шкалу с учетом соответствующих критериев оценивания.

Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания	Оценочные средства (кол. баллов)
Продвинутый (75 -100 баллов) - «отлично»	знает- демонстрирует прекрасное знание предмета, соединяя при ответе знания из разных разделов, добавляя комментарии, пояснения, обоснования; умеет - отвечая на вопрос, может быстро и безошибочно проиллюстрировать ответ собственными примерами; Свободно владеет терминологией из различных разделов курса	Тестовые задания (31-40) Реферат (9-10) Вопросы к экзамену (35-50 баллов)
Базовый (50 -74 балла) – «хорошо»	знает - хорошо владеет всем содержанием, видит взаимосвязи, может провести анализ и т.д., но не всегда делает это самостоятельно без помощи экзаменатора умеет - может подобрать соответствующие примеры, чаще из имеющихся в учебных материалах; владеет терминологией, делая ошибки; при неверном употреблении сам может их исправить	Тестовые задания (21-30) Реферат (7-8) Вопросы к экзамену (22-36)
Пороговый (35 - 49 баллов) –	знает - отвечает только на конкретный вопрос, соединяет знания из разных	Тестовые задания (11-20)

«удовлетворительно»	разделов курса только при наводящих вопросах экзаменатора; умеет - с трудом может соотнести теорию и практические примеры из учебных материалов; примеры не всегда правильные; владеет - редко использует при ответе термины, подменяет одни понятия другими, не всегда понимая различия	Реферат (5-6) Вопросы к экзамену (19-23)
Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) – «неудовлетворительно»	не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки; умеет - неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы; не владеет терминологией	Тестовые задания (0-10) Реферат (0-4) Вопросы к экзамену (0-17)

Все комплекты оценочных средств (контрольно-измерительных материалов), необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (модуля) подробно представлены в документе «Фонд оценочных средств дисциплины (модуля)».

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная литература

1. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебное пособие для бакалавров / И. М. Лифиц. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 437 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2765-8.

7.2. Дополнительная литература

1. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 191 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03279-6.

2. Управление конкурентоспособностью : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 447 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03257-4.

7.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/>
2. Справочная правовая система «Гарант» <http://www.garant.ru/>
3. Справочная правовая система «Кодекс» <http://www.Kodeks.ru/>
4. Сайт статистики <http://www.cbr.ru/>
5. Правительство РФ – <http://government.ru/>
6. Администрация Тамбовской области - www.regadm.tambov.ru.
7. Министерство экономического развития и торговли – www.economy.gov.ru
8. Министерство финансов Российской Федерации – www.minfin.ru
9. Министерство регионального развития РФ – www.minregion.ru
10. Федеральная налоговая служба – www.nalog.ru

11. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/>
12. Словари и энциклопедии ON Line. Режим доступа: <http://dic.academic.ru/>
13. Министерство сельского хозяйства РФ –<http://www.aris.ru>,<http://www.mcx.ru>
14. Университетская библиотека онлайн. Раздел «Экономика, коммерция, финансы» <http://biblioclub.ru>.
15. Интернет библиотека IQlib. -Режим доступа: <http://www.iqlib.ru>
16. <http://dlib.eastview.com/browse/publication/9265> - научно-практический журнал «Экономист»
17. <http://www.businessproect.com> – Информационный сайт «Бизнес»
18. <http://www.akdi.ru> - «АКДИ Экономика и жизнь».
19. <http://www.econom.nsc.ru/eco> - «Всероссийский экономический журнал».
20. <http://www.vopreco.ru> – «Вопросы экономики».
21. <http://www.top-manager.ru> – Издательский дом «TopManager»
22. <http://www.expert.ru> – Журнал «Эксперт»
23. <http://www.ruseconomy.ru/archive.html> - Журнал «Экономика России XXIвек»
24. <http://www.businesspress.ru> – Деловая пресса;
25. <http://www.garant.ru> – Гарант;
26. <http://www.nta-rus.ru> – Национальная торговая ассоциация;
27. <http://www.rbc.ru> – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);
28. <http://www.rtpress.ru> – Российская торговля;
29. <http://www.torgrus.ru> – Новости и технологии торгового бизнеса.

7.4. Методические указания по освоению дисциплины

1 Евдокимова Е. А. указания для практических занятий по дисциплине (модулю) «Конкурентоспособность коммерческих предприятий» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (профиль) Коммерческая деятельность в АПК, Мичуринск, 2022.

7.5 Информационные и цифровые технологии (программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы)

Учебная дисциплина (модуль) предусматривает освоение информационных и цифровых технологий. Реализация цифровых технологий в образовательном пространстве является одной из важнейших целей образования, дающей возможность развивать конкурентоспособные качества обучающихся как будущих высококвалифицированных специалистов.

Цифровые технологии предусматривают развитие навыков эффективного решения задач профессионального, социального, личностного характера с использованием различных видов коммуникационных технологий. Освоение цифровых технологий в рамках данной дисциплины (модуля) ориентировано на способность безопасно и надлежащим образом получать доступ, управлять, интегрировать, обмениваться, оценивать и создавать информацию с помощью цифровых устройств и сетевых технологий. Формирование цифровой компетентности предполагает работу с данными, владение инструментами для коммуникации.

7.5.1 Электронно-библиотечная системы и базы данных

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг от 10.03.2020 № ЭБ СУ 437/20/25 (Сетевая электронная библиотека)

2. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 03.04.2023 № 1)

3. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 06.04.2023 № 2)

4. База данных электронных информационных ресурсов ФГБНУ ЦНСХБ (договор по обеспечению доступа к электронным информационным ресурсам ФГБНУ ЦНСХБ через терминал удаленного доступа (ТУД ФГБНУ ЦНСХБ) от 07.04.2023 № б/н)

5. Электронно-библиотечная система «AgriLib» ФГБОУ ВО РГАЗУ (<http://ebs.rgazu.ru/>) (дополнительное соглашение на предоставление доступа от 13.04.2023 № б/н к Лицензионному договору от 04.07.2013 № 27)

6. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»: Коллекции «Базовый массив» и «Колос-с. Сельское хозяйство» (<https://rucont.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа от 04.04.2023 № 2702/бп22)

7. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 06.04.2023 № 6)

8. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25)

9. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>) (договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 01.08.2018 № 101/НЭБ/4712)

10. Соглашение о сотрудничестве по оказанию библиотечно-информационных и социокультурных услуг пользователям университета из числа инвалидов по зрению, слабовидящих, инвалидов других категорий с ограниченным доступом к информации, лиц, имеющих трудности с чтением плоскочечатного текста ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина» (<https://www.tambovlib.ru>) (соглашение о сотрудничестве от 16.09.2021 № б/н)

7.5.2. Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 03.02.2023 № 11481 /13900/ЭС)

2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 22.12.2022 № 194-01/2023)

7.5.3. Современные профессиональные базы данных

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 11.07.2022 № 530/2022)

2. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - <https://elibrary.ru/>

3. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru/>

4. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>

7.5.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

№	Наименование	Разработчик ПО (правообладатель)	Доступность (лицензионное, свободно распространяемое)	Ссылка на Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД (при наличии)	Реквизиты подтверждающего документа (при наличии)
---	--------------	----------------------------------	---	--	---

1	Microsoft Windows, Office Professional	Microsoft Corporation	Лицензионное	-	Лицензия от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бессрочно
2	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	АО «Лаборатория Касперского» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165	Сублицензионный договор с ООО «Софттекс» от 06.07.2022 № б/н, срок действия: с 22.11.2022 по 22.11.2023
3	Мой Офис Стандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой (myoffice.ru)	ООО «Новые облачные технологии» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?sphrase_id=2698444	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 0364100000819000012 срок действия: бессрочно
4	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» (https://docs.antiplagius.ru)	АО «Антиплагиат» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186	Лицензионный договор с АО «Антиплагиат» от 17.04.2023 № 6627, срок действия: с 17.04.2023 по 16.04.2024
5	AcrobatReader - просмотр документов PDF, DjVU	AdobeSystems	Свободно распространяемое	-	-
6	FoxitReader - просмотр документов PDF, DjVU	FoxitCorporation	Свободно распространяемое	-	-

7.5.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. CDTOwiki: база знаний по цифровой трансформации <https://cdto.wiki/>

7.5.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе

1. LMS-платформа Moodle
2. Виртуальная доска Миро: miro.com
3. Виртуальная доска SBoard <https://sboard.online>

4. Виртуальная доска Padlet: <https://ru.padlet.com>
5. Облачные сервисы: Яндекс.Диск, Облако Mail.ru
6. Сервисы опросов: Яндекс Формы, MyQuiz
7. Сервисы видеосвязи: Яндекс телемост, Webinar.ru
8. Сервис совместной работы над проектами для небольших групп Trello <http://www.trello.com>

7.5.7. Цифровые технологии, применяемые при изучении дисциплины

№	Цифровые технологии	Виды учебной работы, выполняемые с применением цифровой технологии	Формируемые компетенции
1.	Облачные технологии	Лекции Практические занятия	ПК-3 ПК-9

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Перечень материально-технического обеспечения дисциплины включает: компьютерный класс, мультимедийную аппаратуру; доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки), наглядные пособия в виде плакатов и стендов в специализированных аудиториях.

Учебные занятия с обучающимися проводятся в закреплённых за кафедрой экономики и коммерции в аудиториях 1/103, 1/405, 1/115, а также в других аудиториях университета согласно расписанию.

Оснащённость учебной аудитории для проведения занятий лекционного типа (ул. Интернациональная д.101 - 1/103):

1. Проектор Acer X1261P (инв. №2101045353)
2. Экран Draper Luma NTSC (инв. 2101065491)
3. Ноутбук Lenovo IdeaPad V580c (инв.21013400405)

наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий

Перечень лицензионного программного обеспечения (реквизиты подтверждающего документа):

1. Windows Office Professional 2003 Win 32 Russian,
2. Windows для учебных заведений (№ лицензии 18495261, Microsoft Windows XP Professional Russian)

Оснащённость учебной аудитории для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (лаборатория экономики)

(ул. Интернациональная д.101 –1/405):

1. Компьютер DualCore, мат плата AsusP5G41C-MLX, опер. память 2048 Mb, монитор 19” (инв. № 2101045266, 2101045265, 2101045264, 2101045263, 2101045262, 2101045261, 2101045260, 2101045259, 2101045258, 2101045257, 2101045256, 2101045255, 2101045254, 2101045253, 2101045252)
2. Коммутатор DES (инв. №1101043026)
3. Концентратор (инв. №2101061683)

Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.

Перечень лицензионного программного обеспечения (реквизиты подтверждающего документа):

1. Microsoft Windows XP (лицензия № 49413124).
2. Microsoft Office 2003 (лицензия № 65291658).
3. Project Expert 7 (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06).
4. Audit Expert 4 Professional (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06).
5. Statistica Base 6 (договор от 12.01.2012 № 6/12/A)

Профессиональные базы данных:

1. Обзор ситуации на агропродовольственном рынке. – Режим доступа: <http://mcx.ru/analytics/agro-food-market/>.
2. Обзор конъюнктуры аграрного рынка. - Режим доступа: <http://www.specagro.ru/#/analytics/287>.
3. Центральная база статистических данных. - Режим доступа: <http://cbsd.gks.ru/>.
4. Показатели, характеризующие импортозамещение в России. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/.
5. Центр корпоративной информации. – Режим

Оснащенность помещения для самостоятельной работы (ул. Интернациональная д. 101 - 1/115):

1. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045275)
2. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045276)
3. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045277)
4. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045278)
5. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045279)
6. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045280)
7. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045281)
8. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045274)

Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.

Перечень лицензионного программного обеспечения (реквизиты подтверждающего документа):

1. Microsoft Windows XP Professional Russian от 31.12.2006 № 18495261
2. Windows Office Professional 2003 Win 32 Russian
3. Windows для учебных заведений (№ лицензии 18495261: Microsoft Windows XP Professional Russian)

Профессиональные базы данных:

1. Обзор ситуации на агропродовольственном рынке. – Режим доступа: <http://mcx.ru/analytics/agro-food-market/>.
2. Обзор конъюнктуры аграрного рынка. - Режим доступа: <http://www.specagro.ru/#/analytics/287>.
3. Центральная база статистических данных. - Режим доступа: <http://cbsd.gks.ru/>.
4. Показатели, характеризующие импортозамещение в России. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/.
5. Центр корпоративной информации. – Режим доступа: <http://www.e-disclosure.ru/>.

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Конкурентоспособность коммерческих предприятий» соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1334 от 12 ноября 2015 г.

Автор: доцент кафедры экономики

и коммерции, к.э.н.

 / Евдокимова Е.А./

Рецензент: зав. кафедрой управления
и делового администрирования, д.э.н.



Карамнова Н.В.

Программа рассмотрена на заседании кафедры торгового дела и товароведения протокол № 6 от «15» января 2016 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ протокол № 8 от «15» марта 2016 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета протокол № 7 от «17» марта 2016 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Программа рассмотрена на заседании кафедры торгового дела и товароведения протокол № 8 от «03» апреля 2017 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ протокол № 9 от «18» апреля 2017 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета протокол № 8 от «20» апреля 2017 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономики, протокол № 11 от «16» апреля 2018 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от «17» апреля 2018 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 10 от «26» апреля 2018 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 9 от «19» апреля 2019 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от «23» апреля 2019 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «25» апреля 2019 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 8 от «20» апреля 2021 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления, протокол № 8 от «20» апреля 2021 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «22» апреля 2021 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 8 от «12» апреля 2022 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления, протокол № 8 от «19» апреля 2022 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «21» апреля 2022 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 10 от «1» июня 2023 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ. Протокол № 10 от «20» июня 2023 г.

Программа утверждена решением Учебно-методического совета университета протокол № 10 от 22 июня 2023 г.