Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**
**«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»**

**Экономический факультет**
**Кафедра «Торговое дело»**

УТВЕРЖДАЮ:
Декан Экономического факультета
_____ Е.С. Тхор
(подпись)
«21» апреля 2023 года

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

# «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРОВ И УСЛУГ»

По направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
Профиль подготовки: «Коммерческая деятельность»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Конкурентоспособность товаров и услуг» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело – 30 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Конкурентоспособность товаров и услуг» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (утверждённый приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26.11.2020 г. № 963, зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2020 г. № 59428).

СОСТАВИТЕЛЬ:
канд. экон. наук, доцент Куделя Л.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Торговое дело» «28» марта 2023 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой
«Торговое дело» _____ д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

Переутверждена: «___» _____ 2023 г., протокол № _____

Согласована (для обеспечивающей кафедры):
Переутверждена: «___» _____ 2023 г., протокол № _____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии Экономического факультета «21» апреля 2023 г., протокол № 4.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического факультета _____ Шаповалова Е.Н.

© Куделя Л.В., 2023 год
© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

## Структура и содержание дисциплины

**Целью изучения дисциплины** является освоение знаний, приобретение умений и формирование компетенций в области оценки конкурентоспособности товаров и услуг.

**Задачами** данного курса заключаются в:

1) получении теоретических знаний и практических навыков в сфере конкурентоспособности товаров и услуг;

2) усвоении основных понятий в области оценки конкурентоспособности товаров и услуг;

3) изучении целей, задач, принципов, объектов, субъектов, методов и нормативно-правовой базой конкурентоспособности товаров и услуг;

4) овладении практическими навыками, обеспечивающими квалифицированную деятельность по оценке и обеспечению конкурентоспособности товаров и услуг.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Конкурентоспособность товаров и услуг» входит в вариативную часть профессионального цикла дисциплин, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 дисциплин подготовки Б1.В.01, вариативной части дисциплин, обучающихся по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования, в том числе: «Бизнес-планирование коммерческой деятельности», «Статистика», «Международная экономика и бизнес», и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Коммерция услуг», «Франчайзинг», «Управление ассортиментом в торговле», «Управление торгово-технологическими процессами на коммерческом предприятии».

Одновременно с изучением дисциплины «Конкурентоспособность товаров и услуг» целесообразным представляется изучение таких дисциплин, как: «Налогообложение», «Предпринимательство в торговле», «Менеджмент», «Инновационные методы и технологии в профессиональной деятельности».

Курс «Конкурентоспособность товаров и услуг» является необходимым для освоения универсальных и профессиональных компетенций по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», а также необходимым для самостоятельней научно-исследовательской работы обучающегося для написания магистерской диссертации.

## 3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

| Код и наименование компетенции | Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине) | Перечень планируемых результатов |
|---|---|---|
| **ПК-5.** Способен осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), | **ПК-5.5.** Определяет конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации. | **знать:**<br>1) экономические законы и теории относительно конкурентоспособности товаров и услуг;<br>2) основные законы социальных, гуманитарных, экономических и |

| | | |
|---|---|---|
| создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации | | естественных наук в профессиональной деятельности; закономерности развития ассортимента в торговле, критерии качества товаров и услуг;<br>3) особенности и показатели оценки конкурентоспособности товаров и услуг.<br>**уметь:**<br>1) применять положения экономических законов и теорий на практике;<br>2) вывлять микроэкономические, макроэкономические и мезоэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг;<br>3) применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;<br>4) определять критерии конкурентоспособности товаров и услуг;<br>5) осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации.<br>**владеть:**<br>1) методами определения конкурентоспособного ассортимента товаров и услуг организации;<br>2) способами определения экономических показателей;<br>3) математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;<br>4) способностью управлять ассортиментом, эффективно осуществлять управлять |

| | | |
|---|---|---|
| | | ассортиментом, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;<br>4) контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству. |

**4. Структура и содержание дисциплины**

**4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

| **Вид учебной работы** | **Объём часов (зач. ед.)** | | |
|---|---|---|---|
| | **Очная форма** | **Заочная форма** | **Очно-заочная форма** |
| **Общая учебная нагрузка (всего)** | **144 ч. (4 зач. ед)** | | |
| **Обязательная контактная работа (всего), в том числе:** | **68** | **12** | **32** |
| Лекции | 34 | 6 | 16 |
| Семинарские занятия | - | - | - |
| Практические занятия | 34 | 6 | 16 |
| Лабораторные работы | - | - | - |
| Курсовая работа (курсовой проект) | - | - | - |
| Другие формы и методы организации образовательного процесса (*расчётно-графические работы,* индивидуальные задания *и т.п.)* | - | - | - |
| **Самостоятельная работа студента (всего)** | **76** | **132** | **112** |
| Форма аттестации | Зачёт в 4 семестре | Зачёт во 2 семестре | Зачёт во 4 семестре |

**4.2. Содержание разделов дисциплины**

**Тема 1. Общая характеристика конкурентоспособности товаров и услуг.**

1.1. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» товаров и услуг.

1.2. Роль оценки конкурентоспособности товаров и услуг в предпринимательской деятельности.

1.3. Конкурентоспособность товаров и услуг как фактор государственной безопасности.

1.4. Критерии конкурентоспособности продукции как носители информации об удовлетворяемых потребностях.

1.5. Классификация критериев конкурентоспособности товаров и услуг. Факторы конкурентоспособности товаров и услуг.

1.6. Характеристика терминов, связанных с понятием «конкурентоспособность товаров и услуг». Объекты и субъекты оценки конкурентоспособности продукции.

**Тема 2. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг.**

2.1. Стабильность уровня качества товара или услуги.

2.2. Критерии конкурентоспособности: социальная адресность и подлинность, безопасность.

2.3. Критерии конкурентоспособности: потребительская новизна, имидж, информативность, цена потребления.

**Тема 3. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг.**

3.1. Основные и развитые макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг.

3.2. Общие и специализированные макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг.

3.3. Правило ромба М. Портера.

3.4. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности товаров и услуг.

**Тема 4. Мезоэкономические (отраслевые) факторы конкурентоспособности товаров.**

4.1. Принципы анализа конкурентоспособности отрасли.

4.2. Общая характеристика факторов, определяющих текущую и перспективную конкурентоспособность отрасли.

4.3. Факторы текущей конкурентоспособности отраслей.

4.4. Факторы конкурентоспособности в перспективе.

**Тема 5. Микроэкономические факторы конкурентоспособности.**

5.1. Производственные факторы показателя конкурентоспособности товаров и услуг.

5.2. Рыночные факторы показателя конкурентоспособности продукции и услуг.

5.3. Сбытовые и сервисные факторы показателя конкурентоспособности товаров и услуг.

**Тема 6. Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности товаров.**

6.1. Техническое законодательство как фактор конкурентоспособности товаров и услуг. Стандартизация.

6.2. Оценка и подтверждение соответствия товаров и услуг.

6.3. Оценка и подтверждение соответствия систем менеджмента качества.

6.4. Критерии конкурентоспособности органов по сертификации.

**Тема 7. Методы оценки конкурентоспособности товаров.**

7.1. Принципы оценки конкурентоспособности товара.

7.2. Порядок оценки конкурентоспособности товаров.

7.3. Методы оценки конкурентоспособности товаров.

**Тема 8. Особенности оценки конкурентоспособности услуг.**

8.1. Методика, цели и общие принципы оценки конкурентоспособности товаров и услуг.

8.2. Критерии оценки конкурентоспособности товаров и услуг.

8.3. Методология оценки конкурентоспособности услуг розничной торговли.

8.4. Особенности оценки конкурентоспособности образовательных услуг (на примере вузов).

**Тема 9. Конкурсы как инструменты становления конкурентоспособности товаров и услуг.**

9.1. Роль конкурсов. Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг.

9.2. Конкурс-отбор поставщика продукции для государственных нужд.

9.3. Конкурс на соискание премии в области качества. Программа-конкурс «100 лучших товаров России».

9.4. Национальная программа «Всероссийская марка (III тысячелетие)». Прочие конкурсы.

**Тема 10. Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг.**

10.1. Общая характеристика системы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг.

10.2. Некоторые принципы системы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг.

10.3. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности товаров и услуг.

**4.3. Лекции**

| № п/п | Название темы | Объем часов | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Очная форма | Заочная форма | Очно-заочная форма |
| 1 | Общая характеристика конкурентоспособности товаров и услуг | **4** | | 2 |
| 2 | Критерии конкурентоспособности товаров и услуг | **4** | **2** | 2 |
| 3 | Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг | **4** | **2** | 2 |
| 4 | Мезоэкономические (отраслевые) факторы конкурентоспособности товаров и услуг | **2** | **2** | 2 |
| 5 | Микроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг | **2** | | 2 |
| 6 | Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности товаров | **4** | | 2 |
| 7 | Методы оценки конкурентоспособности товаров | **4** | | 1 |
| 8 | Особенности оценки конкурентоспособности услуг | **4** | | 1 |
| 9 | Конкурсы как инструменты становления конкурентоспособности товаров и услуг | **4** | | 1 |
| 10 | Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг | **2** | | 1 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Итого:** | **34** | **6** | **16** |

### 4.4. Практические занятия

| № п/п | Название темы | Объем часов | | |
|---|---|---|---|---|
| | | **Очная форма** | **Заочная форма** | **Очно-заочная форма** |
| 1 | Общая характеристика конкурентоспособности товаров и услуг | **4** | | 2 |
| 2 | Критерии конкурентоспособности товаров и услуг | **4** | **2** | 2 |
| 3 | Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг | **4** | **2** | 2 |
| 4 | Мезоэкономические (отраслевые) факторы конкурентоспособности товаров и услуг | **2** | **2** | 2 |
| 5 | Микроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг | **2** | | 2 |
| 6 | Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности товаров | **4** | | 2 |
| 7 | Методы оценки конкурентоспособности товаров | **4** | | 2 |
| 8 | Особенности оценки конкурентоспособности услуг | **4** | | 1 |
| 9 | Конкурсы как инструменты становления конкурентоспособности товаров и услуг | **4** | | 1 |
| 10 | Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг | **2** | | 1 |
| **Итого:** | | **34** | **6** | **16** |

### 4.5. Самостоятельная работа студентов

| № п/п | Название темы | Вид СРС | Объем часов | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Очная форма** | **Заочная форма** | **Очно-заочная форма** |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Общая характеристика конкурентоспособности товаров и услуг | Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений. | **8** | **13** | **10** |
| 2 | Критерии конкурентоспособности товаров и услуг | Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений. | **8** | **13** | **10** |
| 3 | Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг | Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений. | **8** | **13** | **12** |
| 4 | Мезоэкономические (отраслевые) факторы конкурентоспособности товаров и услуг | Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточнм ому контролю знаний и умений. | **8** | **13** | **12** |
| 5 | Микроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг | Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений. | **8** | **13** | **10** |
| 6 | Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности товаров | Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений. | **8** | **14** | **10** |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 7 | Методы оценки конкурентоспособности товаров | Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежточному контролю знаний и умений. | **8** | **13** | **12** |
| 8 | Особенности оценки конкурентоспособности услуг | Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений. | **8** | **14** | **12** |
| 9 | Конкурсы как инструменты становления конкурентоспособности товаров и услуг | Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений. | **8** | **13** | **12** |
| 10 | Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг | Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений. | **4** | **13** | **12** |
| **Итого:** | | | **76** | **132** | **112** |

**4.6. Курсовые работы / проекты по дисциплине «Конкурентоспособность товаров и услуг» не предполагаются учебным планом.**

**5. Образовательные технологии**

Преподавание дисциплины ведётся с применением следующих видов образовательных технологий:

– традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства обучающихся, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

– технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности и творческой самостоятельности обучающихся, предполагающие последовательную и целенаправленную постановку перед обучающимся познавательных задач, решение которых позволяет обучающимся

активно усваивать знания (используются: поисковые методы; постановка познавательных задач);

– технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности обучающихся, их реализацию и развитие;

– технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебной дисциплины за счёт объединения занятий в тематические блоки;

– технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении по индивидуальному учебному плану);

– технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей, в том числе и обучающихся с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования;

– технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности обучающегося (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.п.

Практические занятия проводятся с использованием развивающих, проблемных и информационных (использование электронных образовательных ресурсов) образовательных технологий.

Высокая эффективность педагогического процесса достигается путём конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и / или их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

**6.Учебно- методическое и информационное обеспечение дисциплины:**

**а) основная литература:**

1. Беспалов В.В., Гагарина Г.Ю. Конкурентоспособность региона: учебно-практическое пособие. – М.: КноРус, 2021. - 248 с.

2. Думчина О.А. Конкурентоспособные показатели, характеризующие развитие предприятий / О.А. Думчина // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2021. – № 16. – С. 86 – 91.

3. Егоров А.С. Конкуренция и конкурентоспособность предприятий / А.С. Егоров // Российский экономический барометр. – 2021. – № 3 (83). – С. 3 –16.

4. Зяблицкая Н.В. Конкурентоспособность организаций / Н.В. Зяблицкая // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2021. – № 4 –5 (72). – С. 87 – 91.

5. Сальников Ю.Ю. Современные подходы к оценке конкурентоспособности организаций на основе субъектного подхода /Ю.Ю. Сальников // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 5-1. – С. 85-92.

6. Шерешовец Е. В. Конкуренция на рынке услуг ЖКХ / Е.В. Шерешовец, О.П. Аринцева, Е.М. Блех, Е.И. Богомольный ; под общ. ред. Е.В. Шерешовец – М.: Проспект, 2016. – 80с. – Режим доступа: https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97853 92201129.html.

**б) дополнительная литература:**

1. Голубева С.Г. Оценка конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий и направления ее повышения / С.Г. Голубева // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2021. – № 4 (32). – С. 43 – 51.

2. Горбашко Е.А. Управление конкурентоспособностью: учебник для вузов для вузов; под редакцией Е.А. Горбашко, И.А. Максимцева. 2-е изд. М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 407 с.

3. Депутатова Е.Ю. Качество и культура торгового обслуживания в контексте влияния на конкурентоспособность в розничной торговле: учебное пособие для бакалавров / Е.Ю. Депутатова, А.О. Зверева, С.Б. Ильяшенко – М.: Дашков и К, 2019. – 181с. – ISBN 978-5-39403661-3. – Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента» : [сайт]. – Режим доступа: https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394036613.html

4. Пономарева Е.А. Способы повышения конкурентоспособности предприятия / Е.А. Пономарева // Теория права и межгосударственных отношений. – 2021. – Т. 2. – № 2 (14). – С. 265 – 271.

5. Сидова С.А. К вопросу о повышении конкурентоспособности промышленных предприятий / С.А. Сидова // ХГУ имени ак. Б. Гафурова. – 2019. – №1. – С. 163 – 167.

**г) интернет-ресурсы:**

1. Министерство образования и науки Российской Федерации. – Режим доступа: http://минобрнауки.рф/

2. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. – Режим доступа: http://obrnadzor.gov.ru/

3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – Режим доступа: http://fgosvo.ru

4. Федеральный портал «Российское образование». – Режим доступа: http://www.edu.ru/

5. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». – Режим доступа: http://window.edu.ru/

6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. – Режим доступа: http://fcior.edu.ru/

7. Справочная правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: https://www.consultant.ru/sys/

**д) электронные библиотечные системы и ресурсы**

1. Научная электронная библиотека Elibrary.ru. – Режим доступа: http://elibrary.ru/

2. Электронно-библиотечная система StudMed.ru. – Режим доступа: https://www.studmed.ru

3. Научная библиотека им. А.Н. Коняева ЛГУ им. В. Даля. – Режим доступа: http://biblio.dahluniver.ru/

## 7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Конкурентоспособность товаров и услуг» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащённое компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

| **Функциональное назначение** | **Бесплатное программное обеспечение** | **Ссылки** |
|---|---|---|
| Офисный пакет | Libre Office 6.3.1 | https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice |
| Операционная система | UBUNTU 19.04 | https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu |
| Браузер | FirefoxMozilla | http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx |
| Браузер | Opera | http://www.opera.com |
| Почтовый клиент | MozillaThunderbird | http://www.mozilla.org/ru/thunderbird |
| Файл-менеджер | FarManager | http://www.farmanager.com/download.php |
| Архиватор | 7Zip | http://www.7-zip.org/ |
| Графический редактор | GIMP (GNU Image Manipulation Program) | http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP |
| Редактор PDF | PDFCreator | http://www.pdfforge.org/pdfcreator |
| Аудиоплеер | VLC | http://www.videolan.org/vlc/ |

## 8. Оценочные средства по дисциплине

### Паспорт
### оценочных средств по учебной дисциплине
### «Конкурентоспособность товаров и услуг»

### Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

| Этап | Код компетенции | Уровни сформированности компетенции | Критерии оценивания компетенции |
|---|---|---|---|
| **Начальный** | **ПК-5.** Способен осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации | **Пороговый** | **знать:**<br>1) экономические законы и теории относительно конкурентоспособности товаров и услуг;<br>2) основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественных наук в профессиональной деятельности;<br>закономерности развития ассортимента в торговле, критерии качества товаров и услуг;<br>3) особенности и показатели оценки конкурентоспособности товаров и услуг. |
| **Основной** | | **Базовый** | **уметь:**<br>1) применять положения экономических законов и теорий на практике;<br>2) выявлять микроэкономические, макроэкономические и мезоэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг;<br>3) применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естест-венных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;<br>4) определять критерии конкурентоспособности товаров и услуг;<br>5) осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Заключительный** | | **Высокий** | **владеть:**<br>1) методами определения конкурентоспособного ассортимента товаров и услуг организации;<br>2) способами определения экономических показателей;<br>3) математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;<br>4) способностью управлять ассортиментом, эффективно осуществлять управлять ассортиментом, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;<br>4) контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству. |

## Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины

| № п/п | Код компетенции | Формулировка контролируемой компетенции | Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине) | Темы учебной дисциплины | Этапы формирования (семестр изучения) |
|---|---|---|---|---|---|
| *1.* | *ПК-5* | *Способен осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации* | *ПК-5.5. Определяет конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации.* | *Тема 1. Общая характеристика. конкурентоспособности товаров и услуг.*<br>*Тема 2. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг.*<br>*Тема 3. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг.*<br>*Тема 4. Мезоэкономические (отраслевые) факторы конкурентоспособности товаров и услуг.*<br>*Тема 5. Микроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг.*<br>*Тема 6. Микроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг.*<br>*Тема 7. Методы оценки конкурентоспособности товаров.*<br>*Тема 8. Особенности оценки конку-* | *6* |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | *рентоспособности услуг.*<br>*Тема 9. Конкурсы как инструменты становления конкурентоспособности товаров и услуг.*<br>*Тема 10. Обеспечение конкурен-тоспособности товаров и услуг* | |

## Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

| № п/п | Код компетенции | Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине) | Планируемые результаты обучения по дисциплине | Контролируемые темы учебной дисциплины | Наименование оценочного средства |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | *ПК-5 осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации* | *ПК-5.5. определяет конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации.* | ***знать:*** *1) экономические законы и теории относительно конкурентоспособности товаров и услуг; 2) основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естест-венных наук в профессиональной деятельности; закономерности развития ассортимента в торговле, критерии качества товаров и услуг; 3) особенности и показатели оценки конкурентоспособности товаров и услуг.* ***уметь:*** *1) применять положения экономических законов и теорий на практике; 2) выявлять микроэкономические, макроэконо-* | *Тема 1. Общая характеристика конкурентоспособности товаров и услуг. Тема 2. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг. Тема 3. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг. Тема 4. Мезоэкономические (отраслевые) факторы конкурентоспособности товаров и услуг Тема 5. Микроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг. Тема 6. Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности товаров Тема 7. Методы оценки конкурен-тоспособности товаров Тема 8. Особенности оценки конкурентоспособности услуг. Тема 9. Конкурсы как инструменты становления конкурентоспособности товаров и услуг. Тема 10. Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг* | вопросы для обсуждения на практических занятиях; контрольные вопросы; аналитические и проектные практические задания; контрольный тест |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | *мические и мезо-экономические факторы конку-рентоспособност и товаров и услуг;*<br>*3) применять ос-новные законы социальных, гума-нитарных, эконо-мических и ес-тественных наук в профессиональ-ной деятельности, а также методы математическог о анализа и модели-рования, теорети-ческого и экспе-риментального исследования;*<br>*4) определять критерии кон-курентоспособ-ности товаров и услуг;*<br>*5) осуществлять разработку, тес-тирование и внедрение инно-вационных това-ров (услуг), соз-дание немате-риальных акти-вов (брендов) и управление ими в организации.*<br>***владеть:***<br>*1) методами опре-деления конкурен-тоспособного ассортимента товаров и услуг организации;*<br>*2) способами определения экономических* | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | *показателей;*<br>*3) математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;*<br>*4) способностью управлять ассортиментом, эффек-тивно осуществ-лять управление торговой организацией,*<br>*5) эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;*<br>*6) владеет метода-ми определения конкурентоспособного ассортимента товаров и услуг организации.* | | |

## Примеры оценочных средств

## 1. Примеры тестовых заданий

*(пороговый уровень)*

**1. Укажите на принципиальные различия в категориях «качество товара» и «конкурентоспособность товара»:**

а) в объектах оценки;

б) субъектах оценки;

в) сфере проявления (стадии жизненного цикла продукции);

г) характеристиках, входящих в состав;

д) целях оценки.

**2. Какое определение более точно раскрывает сущность понятия «конкурентоспособность товара»:**

а) относительная количественная характеристика способности товара удовлетворять требования конкретного рынка по сравнению с продукцией

конкурентов;

б) характеристика товара, которая отражает его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретным общественным потребностям, так и по затратам на их удовлетворение в рассматриваемый период времени;

в) способность основополагающих характеристик товаров в определенной степени удовлетворять запросы покупателя;

г) мера потребительной привлекательности товара.

**3. Установите последовательность действий в процедуре оценки уровня качества комплексным методом:**

а) определение уровня качества оцениваемого товара;

б) установление значимости показателя качества;

в) определение численных значений показателей качества;

г) определение номенклатуры показателей качества;

д) выбор товара-аналога;

е) расчет комплексного показателя качества.

**4. Какие показатели качества требуют корректировки для обеспечения социального адреса сложно технических товаров:**

а) надежность;

б) эргономические свойства;

в) эстетические показатели;

г) безопасность;

д) функциональные показатели.

**5. Какие показатели качества требуют корректировки для обеспечения социального адреса одежно-обувных товаров:**

а) надежность;

б) функциональные показатели;

в) безопасность;

г) эстетические показатели;

д) эргономические показатели.

**6. Укажите причины, по которым подлинность товара с позиции потребителя является оценочным критерием (а не ограничительным критерием):**

а) невозможность применить для идентификации измерительный метод;

б) отсутствие на маркировке товара информации о подлинности;в) незнание потребителем изготовителя и условий изготовления;

г) недостаточные опыт и квалификация потребителя;

д) незнание потребителем стандарта;

е) факт фальсификации товара.

**7. Укажите на непосредственные свидетельства подлинности, которые обеспечиваются техническими мерами товароизготовителя:**

а) судебное разбирательство с плагиатором;

б) простановка регистрационного знака на маркировке;

в) наличие товара в ассортименте фирменного магазина;

г) акцизная марка;

д) голографическое изображение торговой марки;

е) регистрация сходных названий марки.

**8. Отметьте свидетельства безопасности как оценочного критерия:**

а) знак соответствия требованиям стандарта (технического регламента);

б) знак обращения на рынке;

в) превышение требований национального стандарта (технического регламента);

г) регистрационный знак;

д) соответствие международному стандарту;

е) соответствие перспективным нормам безопасности национального стандарта.

**9. Отметьте меры, предпринимаемые торговыми организациями по безопасности реализуемых пищевых товаров:**

а) реклама;

б) открытие магазинов по торговле биологически чистым товаром;

в) представление (по первому требованию) сертификата соответствия;

г) поэтапная скидка с розничной цены на товар в течение рабочего дня;

д) своевременная уценка продукции со сроком годности на грани истечения.

**10. Отметьте решающий фактор в обеспечении безопасности пищевой продукции и промышленности в целом как важный фактор конкурентоспособности**:

а) жесткий входной и выходной контроль продукции;

б) проверка безопасности в критических точках технологической цепочки (система ХАССП);

в) система менеджмента качества (по ИСО 9000);

г) проверка безопасности в критических точках всей цепи поставки – от фермерских хозяйств до магазинов (ИСО 22000).

**11. Постройте убывающий по степени новизны ряд из следующих новых товаров:**

а) модернизированные товары;

б) товары, удовлетворяющие существующие потребности принципиально другим способом;

в) усовершенствованные товары;

г) модифицированные товары.

**12. Отметьте охранные документы, определяющие стабильность новизны во времени:**

а) регистрационное удостоверение;

б) патент;

в) сертификат происхождения;

г) авторское свидетельство;

д) градация – «полезная модель»;

е) градация – «промышленный образец»;

ж) сертификат соответствия;

з) декларация соответствия.

**13. Отметьте факторы, определяющие стабильность новизны в объеме:**

а) наличие охранного документа;

б) темп старения;

в) тираж;

г) наличие ноу-хау.

**14. О каких характеристиках товара в условиях дефицита информации о качестве потребитель получает представление через имидж:**?

а) эргономические показатели;

б) надежность;

в) эстетические показатели;

г) функциональные показатели;

д) показатели экономичности?

**15. Допишите правильный ответ. Крупная фирма производитель (франчайзер) продает свой бренд другой фирме-производителю на условиях контроля ключевых моментов:**

а) сырья и технологии;

б) узнаваемости бренда;

в) цены;

г) месторасположения предприятия;

д) соответствия требованиям.

**16. Какие виды информации на маркировке товаров наиболее доступны покупателю для суждения об адекватности цены качеству товара:**

а) наименование фирмы – владельца бренда;

б) наименование страны, где выпускается (собирается) товар-бренд;

в) градация по качеству товара;

г) информация о победе на конкурсе;

д) наличие горячей линии;

е) повышенные показатели качества;

ж) знак «е»;

з) положительные результаты потребительской экспертизы;

и)информация о добровольной сертификации.

**17. При использовании каких двух товаров текущие затраты наиболее значительно превосходят первоначальные затраты:**

а) холодильники;

б) автомобили;

в) водоочистные фильтры с картриджем;

г) перьевые авторучки с картриджем.

**18. С каким фактором связана в модели Портера (правило ромба) идея кластера:**

а) устойчивая стратегия, структура и соперничество;

б) состояние спроса;

в) родственные и поддерживающие отрасли;

г) условия для факторов.

**19. Какие из макрофакторов влияют исключительно на цену товара:**

а) развитие конкурентной среды;

б) кадровое обеспечение;

в) состояние финансовой системы;

г) издержки производства;

д) техническое оснащение производства.

**20. Какие из макрофакторов влияют как на качество, так и на цену:**

а) кадровое обеспечение;
б) состояние финансовой системы;
в) инвестиционный климат;
г) издержки производства;
д) система таможенного регулирования;
е) развитие конкурентной среды;
ж) вступление в ВТО;
з) уровень развития информационных технологий.

**21. Конкурентоспособность товара – это:**

а) совокупность полезных свойств товара, благодаря которым он обладает способностью удовлетворять ту или иную потребность людей;

б) совокупность его качественных и стоимостных характеристик, обеспечивающая лучшее удовлетворение конкретной потребности покупателя по сравнению с аналогичными товарами-конкурентами в определённый момент времени на конкретном рынке;

в) фактическая способность товара удовлетворять конкретную потребность покупателей;

г) мера его привлекательности с точки зрения потребителя, благодаря которой товар способен выдерживать конкуренцию на рынке.

**22. Последовательность стадий жизненного цикла товара должна быть следующей:**

а) рост продаж – зрелость – внедрение – спад;
б**)** внедрение – рост продаж – зрелость – спад**;**
в) зрелость – внедрение - рост продаж – спад;
г) спад – внедрение – зрелость – рост продаж.

**23. Метод установления значений показателей конкурентоспособности путем опросов, анкетирования называется:**

а) органолептическим;
б) экспертным;
в) социологическим;
г) регистрационным.

## Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольный тест»

| Шкала оценивания (интервал баллов) | Критерий оценивания |
|---|---|
| Отлично (5) | Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100 % вопросов теста). |
| Хорошо (4) | Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89 % вопросов теста). |
| Удовлетворительно (3) | Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74 % вопросов теста). |
| Неудовлетворительно (2) | Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50 % вопросов теста). |

**2. Примеры типовых контрольных вопросов**
**(к практическим занятиям и контрольным работам)**
*(базовый уровень)*

## ТЕМА 1
## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1. Дайте определение конкуренции и её виды и конкурентоспособности продукции товаров и услуг.
2. Объекты и субъекты конкурентоспособности в торговой деятельности предприятий.
3. Понятие и типы конкурентной среды торгового предприятия в современных условиях.
4. Дайте определение термина «оценка и методы оценки конкурентоспособности». Укажите известные методы оценки конкурентоспособности.
5. Факторы, влияющие на конкуренцию и взаимодействие торговых организаций на рынке.
6. По каким параметрам классифицируются критерии конкурентоспособности товаров и услуг?
7. Факторы влияния на показатель конкурентоспособности с точки зрения различных аспектов деятельности государства.
8. Критерии конкурентоспособности продукции как носители информации об удовлетворяемых потребностях.
9. Раскройте сущность предложения «конкурентоспособность предприятия: методы оценки и механизм увеличения показателя конкурентоспособности товаров и продукции».
10. Какие элементы включает комплексный критерий конкурентоспособности продукции?
11. Раскройте сущность выражения «конкурентоспособность товаров и услуг как фактор национальной безопасности».
12. По каким параметрам оценивается конкурентоспособность марок-конкурентов в торговой деятельности предприятий?
13. Дайте характеристику критериев конкурентоспособности: безопасность, подлинность, социальная адресность, информативность, имидж, потребительская новизна.

## ТЕМА 2
## КРИТЕРИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1. Перечислите факторы, определяющие интенсивность конкуренции (модель 5 сил Портера).
2. Дайте определение уровня дефектности товара.
3. Как определяются и классифицируются показатели стабильности уровня качества товаров и услуг?

4. Перечислите варианты комбинации изменения цен и качества товаров как стратегии обеспечения конкурентоспособности продукции и услуг.

5. Какие мероприятия по защите своей продукции и товаров применяют товаропроизводители на современном рынке?

6. Укажите основные факторы о потенциале конкурентов требующие изучения.

7. В каких случаях вводиться поправка на имидж при оценке конкурентоспособности продукции?

8. Перечислите факторы, влияющие на стратегию конкурентоспособности предприятия.

9. В чём заключаются специфические особенности критерия конкурентоспособности социальная адресность и подлинность.

10. Укажите основные элементы конкурентоспособности продукции.

11. Как определяется фактор угрозы появления новых конкурентов?

12. Какими факторами характеризуется высота барьера конкурентоспособности отрасли в организации?

## ТЕМА 3
## МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1. Перечислите основные и развитые макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг.

2. Что препятствует реализации инновационных преимуществ для товаропроизводителей?

3. Правило ромба Портера.

4. Как классифицируются конкурентные преимущества товаропроизводителей?

5. В чем заключается роль государства в обеспечении конкурентоспособности товаров и услуг?

6. Перечислите основные направления поддержки российских национальных производителей

7. Охарактеризуйте технологические конкурентные преимущества производителей.

8. Дайте характеристику глобальным конкурентным преимуществам производителям.

9. Охарактеризуйте культурные конкурентные преимущества производителей.

10. Дайте характеристику инновационным конкурентным преимуществам производителей.

11. Перечислите факторы, которые относятся к макроэкономическим факторам конкурентоспособности товаров и услуг.

12. Какие факторы влияния относятся к общим факторам конкурентоспособности товаров и услуг?

13. Какие факторы влияния относятся к специализированным факторам конкурентоспособности товаров и услуг?

14. На какие мероприятия направленна государственная политика поддержки инновационных преимуществ российских товаропроизводителей?

15. В чём заключается политика правительства в отношении ресурсных преимуществ отраслей промышленности государства?

## ТЕМА 4
## МЕЗОЭКОНОМИЧЕСКИЕ (ОТРАСЛЕВЫЕ) ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ

1. Дайте характеристику основных принципов анализа конкурентоспособности отрасли.

2. Общая характеристика факторов, определяющих текущую и перспективную конкурентоспособность отрасли.

3. Какая группа факторов влияния относится к факторам текущей конкурентоспособности отраслей?

4. Дайте характеристику факторов конкурентоспособности в перспективе.

5. Какие отрасли промышленности относятся к отраслям-лидерам на которые влияют факторы конкурентоспособности в перспективе?

6. В чем заключается дифференциация продукции как способ получения конкурентных преимуществ?

7. Перечислите факторы, ограничивающие конкурентоспособность товаров и услуг.

8. Какие отрасли попадают в зону неопределенности согласно карты конкурентоспособности секторов промышленности в перспективе?

9. Как называется стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества?

10. Какие отрасли попадают в зону устойчивых отраслей согласно карты конкурентоспособности секторов промышленности в перспективе?

11. Дайте характеристику понятиям «производительность труда» и «конкурентоспособность продукции и товаров» на -микро- и -макро-уровнях.

12. В чем заключается сущность дифференциации продукции как способ получения конкурентных преимуществ?

13. Укажите роль оценки конкурентоспособности товаров и услуг в предпринимательской деятельности.

14. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?

15. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара?

## ТЕМА 5
## МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ПОКАЗАТЕЛЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

конкурентоспособности товаров и услуг. Дайте определению понятию стандартизация.

2. Какие условия необходимые для проведения сертификации согласно ГОСТа Р ИСО 9001:2008?

3. Перечислите основные принципы стандартизации согласно стандартизации, согласно ГОСТР ИСО.

4. Укажите основные этапы оценки и подтверждения соответствия товаров и услуг.

5. Какие элементы должна включать документация системы менеджмента качества?

6. Перечислите какие уровни включает комплекс планирования в организации?

7. Дайте определение следующих терминов «оценка соответствия», «схема и форма подтверждения соответствия», «декларирование соответствия», «обязательная сертификация».

8. Укажите какие требования к органу по сертификации предъявляются законодательством?

9. Какие преимущества даёт предприятию наличие стандарта ГОСТР ИСО?

10. Какой необходим пакет документов для получения стандарта ГОСТР ИСО?

11. По каким признакам классифицируется сертификация продукции товаров и услуг?

12. Укажите критерии конкурентоспособности органов по сертификации.

13. Перечислите показатели оценки подтверждение соответствия систем менеджмента качества.

14. Какие органы осуществляют государственный контроль за соблюдением требований технических регламентов?

15. Дайте определение общероссийских классификаторов технико-экономической и социальной информации.

16. Какой вид ответственности несет товаропроизводитель перед потребителем за несоответствие предоставляемого качества товара?

## ТЕМА 6
## ТЕХНИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1. Охарактеризуйте техническое законодательство как фактор конкурентоспособности товаров и услуг. Дайте определению понятию стандартизация.

2. Какие условия необходимые для проведения сертификации согласно ГОСТа Р ИСО 9001:2008?

3. Перечислите основные принципы стандартизации согласно стандартизации, согласно ГОСТР ИСО.

4. Укажите основные этапы оценки и подтверждения соответствия товаров и услуг.

5. Какие элементы должна включать документация системы менеджмента качества?

6. Перечислите какие уровни включает комплекс планирования в организации?

7. Дайте определение следующих терминов «оценка соответствия», «схема и форма подтверждения соответствия», «декларирование соответствия», «обязательная сертификация».

8. Укажите какие требования к органу по сертификации предъявляются законодательством?

9. Какие преимущества даёт предприятию наличие стандарта ГОСТР ИСО?

10. Какой необходим пакет документов для получения стандарта ГОСТР ИСО?

11. По каким признакам классифицируется сертификация продукции товаров и услуг?

12. Укажите критерии конкурентоспособности органов по сертификации.

13. Перечислите показатели оценки подтверждение соответствия систем менеджмента качества.

14. Какие органы осуществляют государственный контроль за соблюдением требований технических регламентов?

15. Дайте определение общероссийских классификаторов технико-экономической и социальной информации.

16. Какой вид ответственности несет товаропроизводитель перед потребителем за несоответствие предоставляемого качества товара?

## ТЕМА 7
## МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ

1. Укажите принципы и показатели оценки конкурентоспособности товаров.

2. Перечислите этапы порядка оценки конкурентоспособности товаров.

3. Дайте характеристику матрицы противоположностей целей и средств в процессе оценки конкурентоспособности товаров и услуг.

4. Перечислите методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг.

5. Какие составляющие государственного спроса выделяют для любой категории граждан?

6. В каких случаях коэффициент «цена качество» может принимать одинаковые значения показателя?

7. Какие показатели включает в себя нормируемый интегральный коэффициент пользовательского качества?

8. Как определяется коэффициент Буля при применении методики оценки конкурентоспособности товаров и услуг?

9. В чём заключаются отличия дифференциальный метод оценки от комплексного метода оценки конкурентоспособности товаров и услуг?

10. Укажите виды анкетирования с целью определения показателей конкурентоспособности товаров и услуг?

11. Перечислите этапы, которые включает комплексный метод оценки конкурентоспособности товаров? Дайте характеристику каждому из этапов.

12. Как определяется емкость рынка по каждому виду товаров с целью определения показателя конкурентоспособности продукции?

13. С какой целью используют метод функциональных карт?

14. Какие показатели включает показатель номенклатуры конкурентоспособности отрасли?

15. Как определяется комплексный показатель конкурентоспособности товаров и услуг по экономическим показателям?

## ТЕМА 8
## ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1. Перечислите критерии оценки конкурентоспособности с позиции абитуриентов?

2. Укажите принципы оценки конкурентоспособности отрасли или продукции.

3. Раскройте сущность оценки конкурентоспособности с позиции государственного заказчика?

4. Дайте характеристику товаров группы А, В, С, В1, В2 согласно метода АВС конкурентоспособности товаров предложенного С. Диббом и Л. Симкиным.

5. С каких позиций может производиться оценка конкурентоспособности товаров и услуг?

6. Какие показатели конкурентоспособности характеризуют деятельность современного вуза?

7. Перечислите этапы оценки конкурентоспособности услуг розничной торговли прямым расчётным методом?

8. Укажите конкурентные преимущества услуг и товаров в зависимости от типа затрат по потребителям.

9. Раскройте сущность модели системы менеджмента качества образовательных услуг.

10. Какие виды ресурсного обеспечения предполагает модель «системы менеджмента качества образовательных услуг»?

11. Какие рыночные элементы товара относятся к ценовым конкурентным преимуществам?

12. От каких параметров зависит потребительская цена товара в соответствии с оценкой конкурентоспособности товаров и услуг?

13. Что является главным экономическим критерием при определении конкурентоспособности товара или продукции?

14. Укажите организационные критерии повышения уровня конкурентоспособности товаров и услуг.

15. Дайте определение методики оценки конкурентоспособности товаров и у слуг.

16. Какие виды контроля составляют внутренний мониторинг качества образования?

17. Что относится к неценовым конкурентным преимуществам?

## ТЕМА 9
## КОНКУРСЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ УСТАНОВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1. Конкуренция на основе уникальности товаров и услуг. Источники уникальности.

2. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества в «новой экономике».

3. Понятие устойчивого конкурентного преимущества организации и его виды. Уникальность как форма конкурентного преимущества организации.

4. Раскройте сущность утверждения «Знания как источник устойчивого конкурентного преимущества в организации».

5. Какие номинации предусмотрены в конкурсе «100 лучших товаров России».

6. Дайте характеристику матрице оценки конкурентоспособности продукции RADAR.

7. Укажите критерии оценки конкурентоспособности, которые включает группа «Возможности» согласно мероприятия Европейской премии качества товаров и услуг.

8. Дайте определение государственных нужд и государственного контракта, государственного конкурса.

9. Какие критерии оценки конкурентоспособности включает группа «Результаты» исходя из мероприятия Европейской премии качества товаров и услуг.

10. Раскройте сущность функциональной формы конкуренции.

11. Перечислите факторы, которые влияют на конкурентоспособность товаров.

12. Дайте характеристику конкурсу отбора-поставщика продукции для государственных нужд.

13. В чём заключается роль, значение и сущность государственных конкурсов?

14. Дайте характеристику конкурсов на соискание премии в области качества продукции. Программа 100 лучших товаров в России.

15. Раскройте сущность утверждения «Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг»

16. Дайте характеристику мероприятию национальная программа «Всероссийская марка III тысячелетия».

17. Какие ступени имеет знак качества продукции XXI века?

## ТЕМА 10
## ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1. Дайте определение системы обеспечения конкурентоспособности продукции и товаров.

2. В чём заключается технический, экономический и организационные аспекты оценки конкурентоспособности товаров и услуг?

3. Дайте характеристику принципам системы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг.

4. Какие роли выполняет государство в обеспечении конкурентоспособности товаров и услуг?

5. Дайте определение следующих терминов: эффективность процесса, результативность процесса, адаптивности процесса, бренд стратегия, промышленный шпионаж.

6. Укажите рациональные направления конкурентной трансформации экономики на пути инновационного развития.

7. В чём заключается принцип конкурентоспособности ориентация на потребителя?

9. Какие Вам известные виды конкуренции по степени интенсивности и по формам удовлетворения потребностей?

10. Укажите системообразующие компоненты конкурентного потенциала товаров.

11. В чём заключается сущность принципа конкурентоспособности постоянное улучшение товаров и услуг?

12. Раскройте сущность факторов оценки конкурентоспособности продукции и товаров издержки производства продукции и производительность труда.

13. Учёт факторов риска внешней среды при прогнозировании конкурентоспособности продукции.

14. Раскройте сущность области применения различных методов конкурентоспособности товаров.

15. Перечислите научные подходы к формированию и обеспечению конкурентоспособности государства.

### Критерии и шкала оценивания по оценочному средству (к практическим занятиям и контрольным работам)»

| Шкала оценивания (интервал баллов) | Критерий оценивания |
|---|---|

| | |
|---|---|
| Отлично (5) | Вопросы раскрыты на высоком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 90 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме). |
| Хорошо (4) | Вопросы раскрыты на среднем уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 75 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме). |
| Удовлетворительно (3) | Вопросы раскрыты на низком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме). |
| Неудовлетворительно (2) | Вопросы раскрыты на неудовлетворительном уровне или не представлены на момент их оценивания (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме, не выполнил задание и т.п.). |

## 3. Примеры типовых аналитических и проектных практических заданий

*(высокий уровень)*

### Практические задания

### Задание 1

Автомастерская, находящаяся в небольшом городке, на окраине, изначально была ориентирована на две группы клиентов. С первой группой – местными жителями, проблем нет. Спрос небольшой, но устойчивый. А вот со второй группой – транзитным транспортом, ситуация развивается не так, как было задумано. Профилактический и небольшой текущий ремонтводители по-прежнему осуществляют на заправочных станциях, несмотря на более высокие цены.

1. Определите сильные и слабые стороны компании, сформулируйте конкурентные преимущества и проблемы компании.

2. Проведите конкурентный анализ по модели пяти конкурентных силМ. Портера.

3. Каких базовых стратегий придерживалась компания на разных этапах развития бизнеса?

4. Сформулируйте конкурентную стратегию развития компании, назовите представленные в кейсе и возможные прогнозируемые действия по поддержке выбранной конкурентной стратегии

### Задание 2

Детский центр дополнительного образования. Центр создан в сентябре 2009 года. За время существования был пройден путь от одной авторскойпрограммы до образовательного комплекса, включающего более 10 направлений, среди которых детское прикладное творчество, современный танец, вокал, шахматы, английский язык и т.п. В центре проводятся детские дни рождения и др. праздники (например, празднование нового года). Кроме того, центр часто выступает площадкой для проведения районных и даже общегородских детских конкурсов.

Основной проблемой на данный момент является низкаянаполняемость групп.

1. Определите сильные и слабые стороны компании, сформулируйте конкурентные преимущества и проблемы компании.

2. Проведите конкурентный анализ по модели пяти конкурентных сил М. Портера.

3. Каких базовых стратегий придерживалась компания на разных этапах развития бизнеса?

4. Сформулируйте конкурентную стратегию развития компании, укажите представленные в кейсе и возможные прогнозируемые действия по поддержке выбранной конкурентной стратегии.

**Задание 3**

Магазин «Дачный» в ассортименте магазина семена, луковицы, удобрения, рассада, комнатные растения, садовые инструменты, книги по садоводству и т.п.

Одной из основных проблем магазина является чрезмерно выраженные сезонные колебания спроса. С целью выравнивания сбыта в течение года предпринята попытка введения в ассортимент подарочных сертификатов.

Сертификаты спросом не пользуются.

1. Определите сильные и слабые стороны компании, сформулируйте конкурентные преимущества и проблемы компании.

2. Проведите конкурентный анализ по модели пяти конкурентных сил М. Портера

3. Каких базовых стратегий придерживалась компания на разных этапах развития бизнеса?

4. Сформулируйте конкурентную стратегию развития компании, укажите представленные в кейсе и возможные прогнозируемые действия по поддержке выбранной конкурентной стратегии.

**Задание 4**

Салон красоты располагается в крупном фитнес-центре. Среди услуг салона красоты – женские, мужские и детские стрижки, окрашивание волос, маникюр и педикюр. Основная проблема – неравномерный спрос (низкая загруженность мастеров в рабочее время в будние дни).

1. Определите сильные и слабые стороны компании, сформулируйте конкурентные преимущества и проблемы компании.

2. Проведите конкурентный анализ по модели пяти конкурентных сил М. Портера.

3. Каких базовых стратегий придерживалась компания на разных этапах развития бизнеса?

4. Сформулируйте конкурентную стратегию развития компании, назовите представленные в кейсе и возможные прогнозируемые действия по поддержке выбранной конкурентной стратегии.

5. Швейное ателье располагается в одном из центральных районов города. Традиционно ателье было ориентировано на простые, но массовые заказы – шторы, постельное белье и т.п. для предприятий бытовой сферы (гостиницы, кафе и пр.).

6. Новый управляющий решил переориентировать ателье на пошив авторской одежды. Смена оборудования, повышение квалификации работников, прием на работу дизайнеров – все прошло успешно. Основная задача –

репозиционирование марки и формирование нового благоприятного образа ателье у потенциальных покупателей.

1. Определите сильные и слабые стороны компании, сформулируйте конкурентные преимущества и проблемы компании.

2. Проведите конкурентный анализ по модели пяти конкурентных сил М. Портера.

3. Каких базовых стратегий придерживалась компания на разных этапах развития бизнеса?

4. Сформулируйте конкурентную стратегию развития компании, назовите представленные в кейсе и возможные прогнозируемые действия по поддержке выбранной конкурентной стратегии.

**Задание 5**

Учебный центр по изучению иностранных языков имеет в своем распоряжении высококвалифицированных специалистов и несколько учебных классов. Центр расположен в непосредственной близости от 3-хшкол и основную массу клиентов составляют школьники. Отличительной чертой работы является проведение части занятий дистанционно (через скайп). Положительная сторона в том, что ученик может выбрать удобноедля него время занятий (в интервале 6-24 ч.). К тому же индивидуальные занятия более эффективны. Однако стоимость подобных занятий довольно высока и среди родителей школьников не нашла спроса.

1. Проведите базовый SWOT-анализа предприятия.
2. Проведите конкурентный анализ по модели Ф. Котлера.
3. Какие, на ваш взгляд, ключевые компетенции существуют у фирмы?
4. Сформулируйте основные методы оценки конкурентоспособности фирмы из примера и возможные пути ее стратегического развития.

**Задание 6**

Интернет магазин детских колясок и кроваток успешно действовал на рынке все 6 лет с момента открытия. Основной недостаток – невозможность осмотреть и опробовать товар перед покупкой, успешно компенсировался низкими ценами на продукцию.

Однако конкуренты в последнее время освоили аналогичные каналы поставок и конкурентное преимущество сошло на нет. Решение было найдено в организации сотрудничества с новым поставщиком выпускающего современные, очень удобные коляски, не имеющие аналогов на рынке. Тем не менее рынок пока не принял новую продукцию.

1. Проведите базовый SWOT-анализа предприятия.
2. Проведите конкурентный анализ по модели Ф. Котлера
3. Какие, на ваш взгляд, ключевые компетенции существуют у фирмы?
4. Сформулируйте основные методы оценки конкурентоспособности фирмы из примера и возможные пути ее стратегического развития.

**Задание 7**

Фитнесс-центр предлагает клиентам типовой набор услуг – различные виды боевых искусств, спортивные танцы, занятия йогой, тренажерный зал.С целью увеличения спроса было решено направить усилия на привлечение семей существующих клиентов. Однако попытка прямолинейного формирования базы

данных и продвижения своих услуг вызвала отрицательное отношение у существующих клиентов.

1. Проведите базовый SWOT-анализа предприятия.
2. Проведите конкурентный анализ по модели Ф. Котлера
3. Какие, на ваш взгляд, ключевые компетенции существуют у фирмы?

4. Сформулируйте основные методы оценки конкурентоспособности фирмы из примера и возможные пути ее стратегического развития.

**Задание 8**

Агентство нянь и гувернанток имеет широкий штат квалифицированных нянь, гувернанток и репетиторов. Акцент на работе с персоналом делал агентство высоко популярным в своем городе.

С целью расширения рынка сбыта было решено осваивать новый географический рынок. Исследования показали достаточный уровень платежеспособного спроса в соседнем городе – спутнике. Однако первичная рекламная кампания на новом рынке результата не дала.

1. Проведите базовый SWOT-анализа предприятия.
2. Проведите конкурентный анализ по модели Ф. Котлера.
3. Какие, на ваш взгляд, ключевые компетенции существуют у фирмы?
4. Сформулируйте основные методы оценки конкурентоспособности фирмы из примера и возможные пути ее стратегического развития.

**Задание 9**

Вновь созданное агентство недвижимости расположилось в новом районе города. Однако довольно быстро рядом начали открываться офисы хорошо известных агентств, успешно работающих на рынке не один год.

Из коммуникационных средств менеджерами агентства были задействованы следующие:

1) рекламные объявления в специализированных изданиях;
2) растяжка через улицу, на которой располагается офис;
3) объявления в подъездах: «куплю квартиру в этом доме».

Однако значительного эффекта реклама не дала.

1. Проведите базовый SWOT-анализа предприятия.
2. Проведите конкурентный анализ по модели Ф. Котлера
3. Какие, на ваш взгляд, ключевые компетенции существуют у фирмы?
4. Сформулируйте основные методы оценки конкурентоспособности фирмы из примера и возможные пути ее стратегического развития.

**Задание №10**

Разработать критерии оценки конкурентоспособности (эффективности) маркетинговой деятельности конкурирующих предприятий, провести шкалирование и оценку, результат изобразить на многоугольнике конкурентоспособности.

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «аналитические и проектные практические задания»**

| Шкала оценивания (интервал баллов) | Критерий оценивания |
|---|---|
| Отлично (5) | Задание представлено на высоком уровне (обучающийся в полном объёме (не менее 90 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Задание оформлено в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ. |
| Хорошо (4) | Задание представлено на среднем уровне (обучающийся в целом (не менее 75 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении задания допущены некоторые неточности относительно требований, предъявляемых к данному виду работ. |
| Удовлетворительно (3) | Задание представлено на низком уровне (обучающийся выполнил не менее половины поставленных задач или допустил существенные неточности в изложении материала, или изложил материал с существенными ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки относительно требований, предъявляемых к данному виду работ. |
| Неудовлетворительно (2) | Задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлено (обучающийся не готов, не выполнил задание и т.п.). |

## 4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачёт)

*(высокий уровень)*

**Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)**

**ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ**

**по дисциплине «Конкурентоспособность товаров и услуг»**

1. Общая характеристика конкурентоспособности товаров и услуг.
2. Сущность терминов «конкуренция» и «конкурентоспособность» товаров и услуг.
3. Роль оценки конкурентоспособности товаров и услуг в предпринимательской деятельности.
4. Конкурентоспособность товаров и услуг как фактор национальной безопасности.
5. Критерии конкурентоспособности как носители информации об удовлетворяемых потребностях.
6. Классификация критериев конкурентоспособности товаров и услуг.
7. Факторы конкурентоспособности товаров и услуг.
8. Характеристика терминов, связанных с понятием «конкурентоспособность товаров и услуг».

9. Объекты и субъекты оценки конкурентоспособности продукции.

10. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг.

11. Уровень качества и его стабильность.

12. Понятие уровня качества товаров.

13. Общая характеристика потребительских показателей качества товаров.

14. Методика оценки уровня качества товаров.

15. Особенности потребительской оценки качества товаров.

16. Показатели качества услуг. Стабильность уровня качества товаров и услуг.

17. Проблема оценки уровня качества товаров, поступающих на отечественный рынок.

18. Социальная адресность. Подлинность. Безопасность. Потребительская новизна.

19. Инновационная деятельность как фактор новизны. Понятие нового товара. Стабильность новизны.

20. Имидж. Понятие и роль имиджа. Факторы, влияющие на имидж товара (услуги). Имидж и брендинг.

21. Поправка на имидж при оценке конкурентоспособности. Информативность.

22. Понятие и виды конкурентных преимуществ. Информативность как ограничительный критерий.

23. Ложные и символически конкурентные преимущества.

24. Источники надежной информации конкурентных преимуществах.

25. Информативность услуг. Цена потребления.

26. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг.

27. Основные и развитые факторы. Общие и специализированные факторы.

28. Правило ромба Портера.

29. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности.

30. Принципы анализа конкурентоспособности отрасли.

31. Общая характеристика факторов, определяющих текущую и перспективную конкурентоспособность отрасли.

32. Факторы текущей конкурентоспособности отраслей.

33. Факторы конкурентоспособности в перспективе.

34. Микроэкономические факторы конкурентоспособности. Производственные факторы.

35. Рыночные факторы. Сбытовые и сервисные факторы.

36. Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности товаров и услуг.

37. Техническое законодательство. Стандартизация.

38. Оценка и подтверждение соответствия товаров и услуг.

39. Оценка и подтверждение соответствия систем менеджмента качества.

40. Критерии конкурентоспособности органов по сертификации.

41. Методы оценки конкурентоспособности товаров.

42. Принципы оценки конкурентоспособности товаров и услуг. Порядок

оценки товаров и услуг. Особенности оценки конкурентоспособности услуг.

43. Методология оценки конкурентоспособности услуг розничной торговли.

44. Особенности оценки конкурентоспособности образовательных услуг (на примере вузов).

45. Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг. Роль конкурсов.

46. Конкурс-отбор поставщика продукции для государственных нужд.

47. Обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг.

48. Общая характеристика системы обеспечения конкурентоспособности товаров.

49. Некоторые принципы системы обеспечения конкурентоспособности.

50. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности товаров и услуг.

**Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации «Зачет»**

| Характеристика знания предмета и ответов | Шкала оценивания |
|---|---|
| Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. | зачтено |
| Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач. | |
| Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах. | |
| Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач.<br>Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы. | не зачтено |

**Лист изменений и дополнений**

| № п/п | Виды дополнений и изменений | Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения | Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами) |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

**Экспертное заключение**

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) *по дисциплине «Конкурентоспособность товаров и услуг»* соответствует требованиям ГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06. Торговое дело.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объёме.

Виды оценочных средств, включённые в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки бакалавров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического факультета Е.Н. Шаповалова