

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

УТВЕРЖДАЮ

Директор ТЭИ

Ю.Л. Александров
инициалы, фамилия

подпись

« 16 » марта 2016 г.

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ

институт, реализующий ОП

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ТОВАРОВЕДНЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ**

Дисциплина Б1.В.ДВ.4.1 Товароведные аспекты оценки конкурентоспособности товаров

Направление подготовки/специальность 38.03.07 «Товароведение»

Направленность (профиль) 38.03.07.04 «Товарный менеджмент»

Красноярск 2016

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

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

380000 Экономика и управление

код и наименование укрупненной группы

Направления подготовки /специальность (профиль/специализация)

38.03.07.04 "Товарный менеджмент"/38.03.07 "Товароведение"

код и наименование направления подготовки (профиля)

Программу составили

канд.экон.наук, доцент Зайченко Е.А. 

инициалы, фамилия, подпись

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 *Цель* преподавания дисциплины – формирование комплекса теоретических знаний и навыков в области конкурентоспособности потребительских товаров и её оценки.

1.2 *Задачей* изучения дисциплины является: формирование компетенций, позволяющих студентам

- усвоить сущность понятий конкуренция, конкурентоспособность потребительских товаров;
- изучить факторы, формирующие конкурентоспособность непродовольственных товаров;
- овладеть методикой и методами оценки конкурентоспособности непродовольственных товаров;
- овладеть навыками использования этих знаний в условиях профессиональной деятельности бакалавра товароведения;
- анализировать и обосновывать новые направления повышения конкурентоспособности отечественных товаров и выявлять резервы импортозамещения.

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

Процесс изучения дисциплины «Товароведные аспекты оценки конкурентоспособности товаров» направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-3	умение использовать нормативно-правовые документы в своей профессиональной деятельности
ПК-5	способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств
ПК-6	навыки управления основными характеристиками товаров (количественными, качественными, ассортиментными и стоимостными) на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов

В результате освоения дисциплины студент бакалавриата должен:

ОПК-3	Знать: систему конкурентного законодательства Российской Федерации. Уметь: формировать систему конкурентоспособности товара с учетом методов менеджмента качества. Владеть: навыками работы с нормативно-правовыми актами в области антимонопольной деятельности.
-------	--

ПК-5	<p>Знать: сущность конкуренции и конкурентоспособности, теории конкурентных преимуществ; макро- и микроэкономические факторы конкурентоспособности.</p> <p>Уметь: получать и обобщать информацию о конкурентных преимуществах товара; осуществлять корректирующие действия по обеспечению конкурентоспособности товара.</p> <p>Владеть: навыками разработки конкурентной стратегии поведения на рынке; анализа и обоснования направлений повышения конкурентоспособности отечественных товаров.</p>
ПК-6	<p>Знать: методологические аспекты формирования и оценки конкурентоспособности потребительских товаров.</p> <p>Уметь: организовывать и проводить исследования по оценке конкурентоспособности товаров; определять критерии оценки конкурентоспособности; проводить оценку конкурентоспособности товара с использованием нескольких методов.</p> <p>Владеть: навыками оценки конкурентоспособности товаров.</p>

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы высшего образования.

Дисциплина по выбору вариативной части блока Б1 – Б1.В. ДВ.4.1.

Содержание дисциплины опирается на знания, умения и навыки обучающихся, которые они получили в ходе освоения дисциплин «Теоретические основы товароведения и экспертизы», «Маркетинг», «Товароведение однородных групп непродовольственных товаров», «Правовое регулирование коммерческой деятельности», «Товароведные аспекты формирования рынка потребительских товаров». Она имеет логические и содержательно-методологические связи с дисциплиной «Товарный менеджмент».

Для освоения дисциплины необходимы знания правовых документов, регламентирующих коммерческую деятельность, теоретических основ товароведения и экспертизы, основных экономических категорий.

Знания, полученные в ходе освоения дисциплины, будут полезными при прохождении производственной практики, а также при написании выпускной квалификационной работы.

1.5 Особенности реализации дисциплины.

Дисциплина реализуется на русском языке, без применения ЭО и ДОТ.

2 Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. часов)	Семестр		
		5	6	
Общая трудоемкость дисциплины	108	72		
Контактная работа с преподавателем:	54	46		
занятия лекционного типа	18	18		
занятия семинарского типа	36	18	18	
в том числе: семинары практические занятия практикумы лабораторные работы	36	18	18	
другие виды контактной работы				
в том числе: курсовое проектирование групповые консультации индивидуальные консультации иные виды внеаудиторной контактной работы				
Самостоятельная работа обучающихся:	54	36	18	
изучение теоретического курса (ТО)	18	18		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)	36	18	18	
реферат, эссе (Р)				
курсовое проектирование (КР)				
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет	зачет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий).

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час),	Формируемые компетенции
			Семинары и/или практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или практикумы (акад. час)		
1	Конкуренция как движущая сила развития общества	2	–	4	6	ОПК-3 ПК-5 ПК-6
2	Основные понятия в области конкурентоспособности товаров	2	–	–	6	
3	Классификация конкурентных преимуществ объектов	2	–	2	6	
4	Основные направления анализа конкурентов	2	–	6	8	
5	Критерии конкурентоспособности товаров	2	–	4	6	
6	Макроэкономические и микроэкономические факторы конкурентоспособности товаров	2	–	4	6	
7	Методы оценки конкурентоспособности товаров	4	–	12	8	
8	Стратегические подходы к поддержанию конкурентоспособности товара	2	–	4	8	
	Итого:	18		36	54	

3.2 Занятия лекционного типа.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий ¹	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе в инновационной форме
1	1	Эволюция теоретических взглядов на конкуренцию.	2	
2	2	Терминологический аппарат в области конкурентоспособности товаров. Цели и назначение оценки конкурентоспособности в зависимости от стадии жизненного цикла товара	2	
3	3	Теория управления конкурентными преимуществами различных объектов	2	
4	4	Основные этапы исследования конкурентов	2	
5	5	Полезный эффект, стоимостные, имиджевые, нормативные параметры, маркетинговая и коммерческая привлекательность	2	
6	6	Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров	2	
7	7	Принципы оценки конкурентоспособности товаров. Классификация методов оценки конкурентоспособности товаров	4	
8	8	Виды конкурентных стратегий	2	

3.3 Практические занятия, занятия семинарского типа (*названия тем – одинаковое, содержание – авторское*).

Не предусмотрены учебным планом.

3.4 Лабораторные занятия.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий ¹	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе в инновационной форме
1	1	Модели рыночных структур и их характеристика. Способы оценки концентрации отраслевых товарных рынков	4	
2	3	Перечень внешних и внутренних факторов конкурентного преимущества товара	2	
3	4	Основные этапы исследования конкурентов	6	

¹В случае применения ЭО и ДОТ после наименования занятия ставится звездочка «*» с указанием места проведения занятия: (А) – в аудитории, (О) – онлайн-занятие в ЭИОС.

4	5	Информационное обеспечение конкурентоспособности. Разработка системы параметров конкурентоспособности для оценки нескольких товарных групп с учетом конкретной потребности, моделируемой через параметры изделий и группы потребителей.	4	
5	6	Микроэкономические факторы конкурентоспособности товаров	4	
6	7	Решение задач – оценка конкурентоспособности товаров разными методами	12	
7	8	Управление конкурентоспособностью товара	4	

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

1. Квасникова В.В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум [Текст] : учеб. пособие / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. – М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2013. – 184 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=400300>
2. Зайченко Е.А.. Конкурентоспособность товаров и ее оценка: учеб. пособие / Е.А. Зайченко, В.В. Полянская; КГТЭИ. – Красноярск, 2003. – 144 с.
3. Юшкова Л. В. Конкурентный анализ товарных рынков и услуг : учеб. пособие для вузов / Л. В. Юшкова ; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск: КГТЭИ, 2008. – 294 с.

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств – решение практических (ситуационных) задач на лабораторных (практических) занятиях в течение семестра, выполнение расчетно-аналитической работы, контрольные вопросы к зачету.

Перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет)

1. Роль конкурентоспособности товаров и услуг в обеспечении качества жизни.
1. Современное определение конкуренции.
2. Как видоизменялись трактовки понятия конкуренции в зависимости от степени развития общества?
3. Основные формы и модели конкуренции, признаки их определяющие.
4. Какие силы характеризуют состояние конкуренции на определенном рынке?

5. Условия (детерминанты), формирующие конкурентное преимущество фирмы?
6. От каких факторов зависит конкурентное преимущество фирмы?
7. Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества и направленность их влияния на конкурентоспособность товара.
8. Три взаимосвязанные трактовки конкурентоспособности, их характеристика.
9. Терминология в области конкурентоспособности товаров и услуг (конкурентоспособность, уровень конкурентоспособности, фактор конкурентоспособности, единичный и комплексный показатели конкурентоспособности).
10. Конкурентоспособность товара и ее составляющие.
11. Современные подходы к определению конкурентоспособности товара.
12. В чем заключается различие между понятиями качество и конкурентоспособность товара?
13. Какими параметрами описывается полезный эффект товара?
14. Что включает в себя стоимостная характеристика товара?
15. Перечислите основные параметры конкурентоспособности. Как их можно сгруппировать, исходя из выбранных методов оценки?
16. Как конкурентоспособность связана с жизненным циклом товара? Как меняются цель и назначение оценки конкурентоспособности в зависимости от стадии жизненного цикла товара?
17. Разработайте систему параметров конкурентоспособности и методов их оценки для нескольких товарных групп (обувь, легковые автомобили, холодильники и т.д.) с учетом конкретной потребности, моделируемой через параметры изделий, и группы потребителей.
18. Конкурентоспособности продукции как мера прибыли предприятия.
19. Цели и принципы оценки конкурентоспособности товаров.
20. Основные этапы оценки конкурентоспособности товара.
21. Какие данные используются для анализа конкурентоспособности товаров, организации и конкурентов?
22. Классификация методов оценки конкурентоспособности товара.
23. Сущность общенаучных, графических и аналитических методов оценки конкурентоспособности товаров.
24. Расчет интегрального показателя конкурентоспособности товара.
25. Преимущества (достоинства) графических методов оценки конкурентоспособности.
26. В каких случаях целесообразно применять аналитические методы оценки конкурентоспособности?
27. Дифференциальный, комплексный и смешанный методы оценки конкурентоспособности товара, их характеристика.
28. Сущность оценки конкурентоспособности товара методом Буля.
29. Из чего складывается нормированный интегральный коэффициент пользовательского качества?

30. Какой рыночный показатель может быть апостериорным критерием конкурентоспособности товара? Как его рассчитать?
31. Сущность методов оценки через относительную долю продаж и через коэффициент привлекательности товара.
32. Чем отличается метод гистограмм от методов «Радар» и «Паук»? Какой из них, по-вашему, мнению, является более совершенным?
33. Матричный метод оценки конкурентоспособности товара.
34. Сущность метода «мозговой атаки».
35. Прямые и косвенные методы оценки конкурентоспособности товаров.
36. Сущность методов оценки конкурентоспособности, применяемых на стадиях проектирования и изготовления продукции.
37. Сущность методов оценки конкурентоспособности, применяемых на стадиях реализации и эксплуатации.
38. Сущность количественных и качественных методов оценки конкурентоспособности товаров.
39. Сущность бихевиористических методов оценки конкурентоспособности товаров.
40. В чем отличие метода оценки конкурентоспособности на базе суждений потребностей от метода оценки с использованием показателя «потребительская ценность»?
41. Особенность оценки конкурентоспособности товаров легкой промышленности.
42. Цель системы всеобщего менеджмента качества TQM.
43. Признаки системы Всеобщего управления качеством (TQM) как модели обеспечения конкурентоспособности продукции.
44. На основе чего может осуществляться прогнозирование конкурентного преимущества товаров?
45. Сформулируйте принципы управления конкурентоспособности товаров и услуг.
46. Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг: цели конкурсов; история проведения конкурсов.
47. Критерии, лежащие в основе конкурса-отбора поставщика продукции для государственных нужд России.
48. Конкурентная стратегия предприятий-победителей конкурса на соискание премии Правительства.
49. Характеристика конкурса на соискание премии Правительства РФ в области качества
50. Характеристика программы – конкурса «100 лучших товаров России»
51. Характеристика национальной программы «Всероссийская марка (3 тысячелетие)»
52. Характеристика системы управления конкурентоспособностью товаров и услуг
53. Применение концепции «Дома качества» для планирования и обеспечения конкурентоспособности товаров.
54. Что Вы понимаете под формированием конкурентоспособности товаров?

55. Дайте определение термина «фактор конкурентоспособности».
56. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товара.
57. Микроэкономических факторы конкурентоспособности товара.
58. Потребительная стоимость, качество и полезный эффект товара.
59. Как можно классифицировать товары по признаку количества показателей назначения для оценки их полезного эффекта? Приведите примеры.
60. Как показатели надежности способствуют созданию эффективного товара?
61. Для чего необходимо учитывать технологичность товара?
62. Каковы экономический эффект и потери от стандартизации и унификации товара в зависимости от его стадии жизненного цикла?
63. Какие эргономические показатели учитываются при создании качественного товара?
64. Расшифруйте, как эстетические свойства, сочетаясь с техническими параметрами, обеспечивают качество и конкурентоспособность товара?
65. Патентно-правовые показатели товара.
66. Потребительская новизна? Какую роль она играет в обеспечении конкурентоспособности товара и что включает в себя?
67. Имидж товара, торговая марка, бренд, стайлинг. Их роль в обеспечении конкурентоспособности товара.
68. Способы «раскрутки» торговых марок.
69. Приведите примеры свойств и показателей безопасности и групп товаров, для которых они применяются.
70. Роль экологических показателей для формирования качества товара.
71. Как информативность товара формирует его конкурентные преимущества?
72. Виды информации о конкурентных преимуществах товара
73. Знаки, информирующие о конкурентоспособности товаров и услуг.
74. Соответствие товара обязательным требованиям государственных и международных стандартов как условие оценки конкурентоспособности
75. Соответствие товара прогрессивным зарубежным товарам как фактор конкурентоспособности.
76. Наличие сертификата соответствия (или декларации соответствия) обязательным требованиям как условие оценки конкурентоспособности товара.
77. Роль сертификации в обеспечении конкурентоспособности товаров.
78. Частные показатели сервиса товара. На каких стадиях жизненного цикла товара они формируются и реализуются?
79. Как можно классифицировать сервисные факторы конкурентоспособности товаров в зависимости от этапа торгового обслуживания?
80. Прогнозирование интегрального показателя качества сервиса товара.
81. «запас конкурентоспособности» товара. За счет чего он может быть сформирован?

82. Какие факторы, на ваш взгляд, можно предложить в качестве сбытовых факторов конкурентоспособности товара?
83. Сущность производственных факторов конкурентоспособности товаров.
84. Критерии модели премии Правительства РФ в области качества как производственные факторы конкурентоспособности товаров.
85. Сущность «критериев результатов» как характеристик конкурентоспособности предприятий и товаров, устанавливаемой в конкурсе на соискание премии Правительства РФ области качества.
86. Рыночные факторы конкурентоспособности товаров.
87. Варианты конкурентных стратегий при изменении качества и цены товара.
88. Основные типы стратегии увеличения доли рынка (М. Портер).
89. Стратегии роста по товарам/рынкам (И. Ансофф).
90. Сущность «конкурентной стратегии».

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

Основная литература:

1. Рыжикова Т.Н. Анализ деятельности конкурентов [Текст] : учеб. пособие / Т.Н. Рыжикова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 267 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=477361>
2. Квасникова В.В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум [Текст] : учеб. пособие / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. – М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2013. – 184 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=400300>
3. Николаева М.А. Товарная политика [Текст] : учебник для бакалавриата / М.А. Николаева. – Москва : НОРМА : ИНФРА-М, 2015. – 256 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=505674>
4. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг [Текст]: учебник для бакалавров по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Товароведение», «Маркетинг» / И.М. Лифиц; Рос. гос. торг.-эконом. ун-т. – 3-изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 437 с.
5. Зайченко Е.А. Конкурентоспособность товаров и ее оценка [Текст] : учеб. пособие / Е.А. Зайченко, В.В. Полянская; КГТЭИ. – Красноярск, 2003. – 144 с.

Дополнительная литература:

1. Философова Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент», «Экономика» / Т.Г. Философова, В.А. Быков; под ред. Т.Г. Философовой. – 2-е изд.,

- перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 295 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=391544#>
2. Парамонова Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли [Текст] : учеб. пособие для вузов по специальностям «Коммерция», «Маркетинг», «Реклама» / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. – Москва : КНОРУС, 2016. – 120 с.
 3. Юшкова Л. В. Конкурентный анализ товарных рынков и услуг : учеб. пособие для вузов / Л. В. Юшкова ; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск: КГТЭИ, 2008. – 294 с.
 4. Быков В.А. Управление конкурентоспособностью : учеб. пособие / В.А. Быков, Е.И. Комаров. – М.: Инфра-М, 2017. – 242 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=635081>
 5. Экономика качества, стандартизации и сертификации: учебник / О.А. Леонов, Г.Н. Темасова и др.; Под общ. ред. проф. О.А.Леонова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 251с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=363841>
 6. Стандарты и качество продукции: учеб.-практич. пособие / Ю.Н. Берновский. – М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 256 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=441366>

Нормативные акты:

1. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 29.07.2017 № 279-ФЗ) // Справочная правовая система Консультант Плюс – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [Электронный ресурс]: ст. 14.33 Недобросовестная конкуренция от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 07.03.2018 N 42-ФЗ) // Справочная правовая система Консультант Плюс – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) [Электронный ресурс]: ст. 1222. Право, подлежащее применению к обязательствам, возникающим вследствие недобросовестной конкуренции и ограничения конкуренции от 26.11.2001 N 146-ФЗ (ред. от 28.03.2017 № 39-ФЗ) // Справочная правовая система Консультант Плюс – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
4. Уголовный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: ст. 178. Ограничение конкуренции от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 19.02.2018 № 35-ФЗ) // Справочная правовая система Консультант Плюс – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
5. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: федер. закон от 0.02.1992 № 2300-1 (ред. от 01.05.2017 № 88-ФЗ) // Справочная

правовая система Консультант Плюс – Режим доступа:
<http://www.consultant.ru>.

6. ГОСТы Р и ТР ТС на группы и виды потребительских товаров

Специализированные (отраслевые) издания:

- Стандарты и качество;
- Маркетинг в России и за рубежом;
- Маркетинг;
- Маркетинговые исследования;
- Конкуренция и рынок;
- Современная конкуренция;
- Эксперт.

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

1. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gost.ru/>.
2. Официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.stq.ru/>.
3. Официальный сайт ФБУ «Государственный региональный центр стандартизации, метрологии и испытаний в Красноярском крае» [Электронный ресурс] [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://krascsm.ru/>.
4. Официальный сайт электронного журнала Международной конфедерации потребителей «Спрос» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://spros-online.ru/>.
5. Официальный сайт Общества защиты прав потребителей [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ozpp.ru/>.
6. Официальный сайт журнала «Потребитель. Экспертиза и Тесты» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.potrebitel.ru/>.
7. Товароведение и экспертиза товаров [Электронный ресурс] : на сайте представлена подборка статей, посвященных вопросам ассортимента, экспертизы, идентификации и обнаружения фальсификации товаров. – Режим доступа: <http://www.znaytovar.ru/>.
8. Подделок нет! [Электронный ресурс] : на сайте представлена подборка статей, посвященных вопросам обнаружения фальсификации товаров – Режим доступа: <http://www.poddelok.net/>.
9. Ассоциация ГС1 РУС/ЮНИСКАН [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gs1ru.org/>.
10. Банк национальных стандартов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vsegost.com/>.

11. Официальный сайт Евразийской экономической комиссии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru>.
12. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : на сайте представлена подборка статей, посвященных вопросам торговли и маркетинга. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>.
13. Супер-розница. Обучение и консалтинг в розничной торговле [Электронный ресурс] : на сайте представлена подборка статей, посвященных вопросам торговли и маркетинга. – Режим доступа: <http://www.retailclub.ru>.
14. Ритейлер [Электронный ресурс] : на сайте представлена подборка статей, посвященных вопросам торговли и маркетинга. – Режим доступа: <http://www.retailer.ru>.
15. Маркетинг в России и за рубежом [Электронный ресурс] : научно-практич. журн. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/>.
16. [Маркетинг журнал 4p.ru](http://www.4p.ru) [Электронный ресурс] : на сайте представлена подборка статей, посвященных вопросам торговли и маркетинга. – Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/index.php>.
17. Маркетолог [Электронный ресурс] : научно-практич. журн. – Режим доступа: <http://www.marketolog.ru/>.
18. Маркетинг и маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : научно-практич. журн. / «Издательский дом Гребенникова» – Режим доступа: <http://www.mmr.ru/>.
19. Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе» [Электронный ресурс] : электронная библиотека деловой литературы и документов. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/>.
20. Экономика и управление на предприятиях : научно-образовательный портал [Электронный ресурс] : библиотека экономической и управленческой литературы. – Режим доступа: <http://eup.ru/>.

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучение и закрепление теоретического материала осуществляется на лекционных и практических занятиях, а также в рамках самостоятельной работы студента.

Самостоятельная работа студентов направлена на изучение рекомендуемой литературы и информационных ресурсов с целью углубления теоретических знаний и развития навыков оценки конкурентоспособности потребительских товаров. Контроль СРС осуществляется на лабораторных (практических) занятиях в течение семестра.

Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины «Товароведные аспекты оценки конкурентоспособности товаров» также включает выполнение и защиту расчетно-аналитической работы. Для выполнения данных заданий студенты используют интернет- и периодические источники, рекомендуемые списком литературы.

Виды самостоятельной работы	Форма контроля	Сроки выполнения	Объем работы, акад. часы
Изучение теоретического материала	Блиц-опрос	в течение 5 семестра	36
Подготовка к лабораторным (практическим) занятиям	Конспект, решение задач, разбор конкретных ситуаций («Case study»), подготовка к защите работы	в течение 5, 6 семестров	
Подготовка расчетно-аналитической работы	Защита	6 семестр	18

Расчетно-аналитическая работа выполняется группой студентов на примере конкретной группы непродовольственных товаров.

Содержание расчетно-аналитической работы:

1. Анализ макроэкономических факторов конкурентоспособности (на примере одной из товарных групп).
2. Анализ конкурентов и их конкурентных преимуществ (на примере одной из товарных групп).
3. Анализ факторов, формирующих развитие потребительского рынка Красноярского края или г. Красноярска (на примере одной из товарных групп).
4. Выбор показателей конкурентоспособности товара (на примере одной из товарных групп).
5. Обоснование методов оценки конкурентоспособности товара.
6. Расчет показателей конкурентоспособности товара (на примере одной из товарных групп).
7. Рекомендации по совершенствованию конкурентоспособности товара.

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

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

Для выполнения лабораторных (практических) заданий слушателям может потребоваться следующее программное обеспечение (платные, условно-бесплатные или демо-версии): Microsoft Word, Excel, PowerPoint, Internet Explorer и др.

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

- Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/>;
- Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>;
- Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.znaniium.com/>;
- Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://rucont.ru/>;
- Электронно-библиотечная система «Лань» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>;
- Справочная правовая система Консультант Плюс [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>;
- Справочная правовая система Гарант. Ру [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>.

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

- мультимедийное оборудование для проведения лекций и презентаций работ;
- пакет лекций-презентаций по основным темам курса;
- библиотечный фонд ТЭИ СФУ;
- учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.