

Документ подписан простой электронной подписью

Информационная система

ФИО: Клочков Юрий Сергеевич

Должность: и.о. ректора

Дата подписания: 19.05.2025 15:36:30

Уникальный программный ключ:

4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2558d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования

«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

«_____» _____ 20__г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины/модуля: Управление конкурентоспособностью

направление подготовки/специальность: 38.04.01 Экономика

направленность/специализация: Управленческая экономика и стратегия бизнеса

форма обучения: заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным
планом от 22.04.2025 г. и требованиями ОПОП 38.04.01 Экономика Управленческая
экономика и стратегия бизнеса к результатам освоения дисциплины/модуля

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
Менеджмента в отраслях ТЭК
20.01.2025, протокол № 6
Зав. кафедрой _____ Пленкина Вера Владимировна

Рабочую программу разработал:
доцент , канд.экон. наук _____ Малютин Татьяна Валентиновна

1. Цели и задачи освоения дисциплины/модуля

Цель дисциплины «Управление конкурентоспособностью» формирование у обучающихся цельной системы экономического мышления и знаний в области обоснованного и рационального управления конкурентоспособностью организации в условиях рыночной экономики, обеспечивающего достижение поставленных целей в определенные сроки с учетом использования доступных ресурсов

Задачи дисциплины:

- знать основные теории конкуренции, конкурентоспособности, конкурентных преимуществ;
- знать и уметь применять методики оценки конкурентоспособности продукции предприятия на российском и международных рынках;
- владеть методикой конкурентного анализа компаний в отрасли;
- уметь выявлять ключевые факторы успеха в отрасли и источники конкурентных преимуществ;
- уметь обосновать конкурентную стратегию предприятия на конкретных отраслевых рынках или сегментах с учетом развития его инновационного потенциала;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина/модуль относится к дисциплинам/модулям части учебного плана формируемого участниками образовательных отношений образовательной программы

Необходимыми условиями для освоения дисциплины/модуля являются:
знание:

- методы системного и критического анализа;
- современные коммуникативные технологии;

знания профессиональной деятельности для решения конкретных задач коммерческой деятельности;

умения:

- применять методы системного подхода и критического анализа проблемных ситуаций;

владение:

- методологией системного и критического анализа проблемных ситуаций;
- методиками постановки цели, определения способов ее достижения,

разработки стратегий действий

Содержание дисциплины/модуля является логическим продолжением содержания дисциплин:

Разработка управленческих решений

Управление изменениями

Стратегический анализ и управление

Преддипломная практика

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать	УК-1.1 сравнивает методы системного подхода и критического анализа проблемных ситуаций	Знать: УК-1.1-31 сущность теории конкуренции, конкурентоспособности, конкурентных преимуществ;
		Уметь: УК-1.1-У1 применять методики оценки

		конкурентоспособности продукции предприятия на российском и международных рынках
		Владеть: УК-1.1-B1 методикой конкурентного анализа компаний в отрасли
	УК-1.2 разрабатывает стратегию действий, принимает конкретные решения для ее реализации	Знать: УК-1.2-31 особенности организации маркетингового исследования: исследования собственными силами компании или выбор исследовательской компании, разработка предложения и техническое задание на проведение исследования, оценки стоимость МИ, оценка результатов;
		Уметь: УК-1.2-У1 решать организационные вопросы проведения маркетинговых исследований;
		Владеть: УК-1.2-B1 методами сбора данных для проведения маркетингового исследования;
	УК-1.3 применяет методологию системного и критического анализа проблемных ситуаций	Знать: УК-1.3-31 теоретические и методологические основы использования количественных и качественных методов для проведения научных исследований в области формирования конкурентоспособности компании
		Уметь: УК-1.3-У1 использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований в области формирования конкурентоспособности компании
		Владеть: УК-1.3-B1 современными методами сбора, обработки и анализа данных, необходимых для принятия управленческих решений в сфере повышения конкурентоспособности организации
	УК-1.4 рассматривает методики постановки цели, определения способов ее достижения, разработки стратегий действий	Знать: УК-1.4-31 стратегический аспект маркетинговой деятельности: основные этапы разработки маркетинговой стратегии, особенности отдельных конкурентных стратегий маркетинга;
		Уметь: УК-1.4-У1 устанавливать причинно- следственные связи и обосновывать

		последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;
		Владеть: УК-1.4-B1 навыками анализа привлекательности рынков, оценки уровня конкурентоспособности продукции, технологии;
ПКС-1 Способен осуществлять планирование и прогнозирование деятельности организации	ПКС-1.1 ведет учет экономических показателей результатов производственной деятельности организации	Знать: ПКС-1.1-31 особенности расчета показателей спроса и предложения на рынке продукции предприятия
		Уметь: ПКС-1.1-У1 устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;
		Владеть: ПКС-1.1-B1 навыками оценки и анализа затрат на продвижение и сбыт продукции;
	ПКС-1.2 обеспечивает разработку мер повышения рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижению издержек на производство и реализацию продукции	Знать: ПКС-1.2-31 стратегический аспект маркетинговой деятельности: основные этапы разработки маркетинговой стратегии, особенности отдельных конкурентных стратегий маркетинга;
		Уметь: ПКС-1.2-У1 устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;
		Владеть: ПКС-1.1-B1 Владеет навыками анализа привлекательности рынков, оценки уровня конкурентоспособности продукции, технологии ;
	ПКС-1.3 проводит консультации работодателя по вопросам налогообложения	Знать: ПКС-1.3-31 требования к документальному подтверждению факта проведения маркетинговых мероприятий и обоснованности затрат в целях их налогообложения Уметь: ПКС-1.3-У1 формировать требования к отчетным документам , подтверждающих проведение маркетинговых мероприятий

		Владеть: ПКС-1.3-B1 навыками анализа отчетов о результатах маркетинговых мероприятий;
--	--	--

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины/модуля составляет 3 зачетных единиц, 108 часов

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежут. аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
заочная	1	6	6	-	92	4	зачет

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины/модуля		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	Состояние теории конкуренции и конкурентных отношений	2	2	-	30	35	УК-1.1-31, УК-1.1-У1, УК-1.1-B1, УК-1.2-31, УК-1.2-У1, УК-1.2-B1, УК-1.3-31, УК-1.3-У1, УК-1.3-B1, УК-1.4-31, УК-1.4-У1, УК-1.4-B1, ПКС-1.1-31, ПКС-1.1-У1, ПКС-1.1-B1, ПКС-1.2-31, ПКС-1.2-У1, ПКС-1.2-B1, ПКС-1.3-31, ПКС-1.3-У1, ПКС-1.3-B1	Расчетно-аналитические задания
2	2	Конкурентный анализ	2	2	-	30	35	УК-1.1-31, УК-1.1-У1, УК-1.1-B1, УК-1.2-31, УК-1.2-У1, УК-1.2-B1, УК-1.3-31, УК-1.3-У1, УК-1.3-B1, УК-1.4-31, УК-1.4-У1, УК-1.4-B1, ПКС-1.1-31, ПКС-1.1-У1, ПКС-1.1-B1, ПКС-1.2-31, ПКС-1.2-У1, ПКС-1.2-B1, ПКС-1.3-31, ПКС-1.3-У1, ПКС-1.3-B1	Расчетно-аналитические задания
3	3	Методы обеспечения конкурентоспособности компании.	2	2	-	32	38	УК-1.1-31, УК-1.1-У1, УК-1.1-B1, УК-1.2-31, УК-1.2-У1, УК-1.2-B1, УК-1.3-31, УК-1.3-У1, УК-1.3-B1, УК-1.4-31, УК-1.4-У1, УК-1.4-B1, ПКС-1.1-31, ПКС-1.1-У1, ПКС-1.1-B1, ПКС-1.2-31,	Расчетно-аналитические задания

								ПКС-1.2-У1, ПКС-1.2 В1, ПКС-1.3-31, ПКС-1.3-У1, ПКС-1.3-В1	
6	1-4	Зачет	-	-	-	-4	-	УК-1.1-31, УК-1.1-У1, УК-1.1-В1, УК-1.2-31, УК-1.2-У1, УК-1.2-В1, УК-1.3-31, УК-1.3-У1, УК-1.3-В1, УК-1.4-31, УК-1.4-У1, УК-1.4 В1, ПКС-1.1-31, ПКС-1.1-У1, ПКС-1.1-В1, ПКС-1.2-31, ПКС-1.2-У1, ПКС-1.2 В1,	Тест,
Итого:			6	6	-	96	108		

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. Современная парадигма развития конкуренции

Тема 1.1 Состояние теории конкуренции и конкурентных отношений. Предмет и содержание дисциплины. Взаимосвязь с другими дисциплинами. Экономическое содержание конкуренции. Конкуренция и рыночная структура Модели конкуренции. Классификация типов, видов и форм конкуренции. Эволюция теоретических взглядов на конкуренцию. Конкуренция на мировом рынке и ее особенности.. Особенности конкуренции на рынках нефтегазовой сферы

Тема 1.2 Конкуренция и конкурентоспособность. Конкурентоспособность как объект управления. Общая конкурентоспособность продукции российских производителей в сравнении с мировой товарной конкурентоспособностью.

Раздел 2. Конкурентный анализ

Тема 2.1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью компании и продукции

Анализ, оценка и диагностика конкурентной среды предприятия и отрасли. Характеристика конкурентной среды предприятия и ее структура. Диагностика факторов конкурентной среды. Модель пяти сил конкуренции. Оценка интенсивности конкуренции как важнейшей характеристики уровня активности конкурентной среды. Конкурентный анализ отрасли. Отраслевые ключевые факторы успеха.

Тема 2.2. Модель изучения конкурентов. Общеметодологические вопросы конкурентного анализа. Структура анализа деятельности конкурентов. Текущий конкурентный анализ. Диагностика целей и намерений конкурентов. Анализ рыночной доли конкурентов. Оценка конкурентоспособности продукции на основе параметрических методов. Методы оценки: дифференциальный, смешанный, комплексный. Показатели оценки: единичные, групповые, интегральный. Методики оценки конкурентоспособности продукции в нефтегазовой сфере

Раздел 3. Методы обеспечения конкурентоспособности компании.

Тема 3.1. Менеджмент качества Методы обеспечения конкурентоспособности компании: технологические, организационно-управленческие, экономические. Качество как экономическая категория и объект управления. Эволюция подходов к менеджменту качества. Методологические основы управления качеством: аспекты качества продукции, контроль качества, значение стандартизации. Системное управление качеством и конкурентоспособностью: японские системы, европейские концепции обеспечения качества, системы TQM, UQM, QM, ISO – 9001

Тема 3.2. Методы ведущих западных фирм по обеспечению конкурентоспособности и конкурентных преимуществ. Обеспечение

конкурентоспособности на основе внедрения системы управления качеством продукции. Внедрение систем рационализации поставок – «канбан» и «точно в срок». Обеспечение конкурентоспособности на основе оптимизации взаимоотношений со сбытовой сетью, дилерами. Обеспечение конкурентоспособности на основе инноваций, бережливого производства и др.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема лекции
1	1	1	Тема 1.1.Состояние теории конкуренции и конкурентных отношений
2	1	1	Тема 1.2. Конкуренция и конкурентоспособность
3	2	1	Тема 2.1.Теоретические основы управления конкурентоспособностью компании и продукции
4	2	1	Тема 2.2. Модель изучения конкурентов
5	3	1	Тема 3.1.Менеджмент качества
6	3	1	Тема3.2. Методы ведущих западных фирм по обеспечению конкурентоспособности и конкурентных преимуществ
Итого:		6	

Практические занятия

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема практического занятия
1	1	2	Управление конкурентоспособностью компании и продукции
2	2	2	Формирование стратегии конкуренции и конкурентоспособности
3	3	2	Управление конкурентоспособностью компаний
Итого:		6	

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема самостоятельной работы	Вид СРС
1	1	15	Тема 1.1.Состояние теории конкуренции и конкурентных отношений	Изучение теоретического материала по разделу, подготовка к практическим работам, подготовка к текущему и
2	1	15	Тема 1.2. Конкуренция и конкурентоспособность	
3	2	15	Тема 2.1.Теоретические основы управления конкурентоспособностью компании и продукции	
4	2	15	2.2. Модель изучения конкурентов	
5	3	15	3.1.. Менеджмент качества	

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема самостоятельной работы	Вид СРС
6	3	17	3.2. Методы ведущих западных фирм по обеспечению конкурентоспособности и конкурентных преимуществ	промежуточному контролю
Итого:		92		

5.2.3. Преподавание дисциплины/модуля ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

Методы обучения – система последовательных, взаимосвязанных действий, обеспечивающих усвоение содержания образования, развитие способностей бакалавров, овладение ими средствами самообразования и самообучения; обеспечивают цель обучения, способ усвоения и характер взаимодействия преподавателя и обучающегося; направлены на приобретение знаний, формирование умений, навыков, их закрепление и контроль.

Монологический (изложение теоретического материала в форме монолога)

Диалогический (изложение материала в форме беседы с вопросами и ответами)

Эвристический (частично поисковый) (под руководством преподавателя обучающиеся рассуждают, решают возникающие вопросы, анализируют, обобщают, делают выводы и решают поставленную задачу)

Проблемное изложение (преподаватель ставит проблему и раскрывает доказательно пути ее решения)

Исследовательский (обучающиеся самостоятельно добывают знания в процессе разрешения проблемы, сравнивая различные варианты ее решения)

Объяснительно-иллюстрированный метод (монологическое и проблемное изложение материала сопровождается демонстрацией дидактического и наглядного материала)

Интерактивный метод «мозговой штурм»

Интерактивные методы, применяемые в процессе преподавания, связаны с активизацией мыслительной деятельности обучающихся путем постановки вопроса, имеющего несколько вариантов ответа.

Интерактивные методики предоставляют возможность тренинга профессиональных навыков.

Интерактивный метод «работа в малых группах»

Работа в малых группах предполагает решение определенных образовательных задач в рамках небольших групп с последующим обсуждением полученных результатов. Этот метод развивает навыки сотрудничества, достижения компромиссного решения, аналитические способности. Он предусматривает распределение в рамках группы ролей: ведущего (организатор работы группы), секретаря (записывает результаты обсуждения), докладчика (представляет результаты коллективного анализа проблемы). Смысл работы заключается не только в том, чтобы сформулировать решение какой-либо задачи, но и объективно оценить как свою работу, так и результаты работы других. Результаты работы групп оцениваются по выработанной заранее шкале баллов.

6. Тематика курсовых работ

Курсовые работы учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

Вариант № 1

1. Конкурентный анализ отрасли: экономические характеристики, анализ движущих сил развития, оценка сил конкуренции по М.Портеру

2. Характеристика модели Ансоффа «товар-рынок»

Вариант № 2

1. Конкурентный анализ отрасли: выявление и анализ конкурентов, определение границ рынка

2. Характеристика GAP-анализа

Вариант № 3

1. Конкурентный анализ отрасли: ключевые факторы успеха, сущность, классификация и оценка перспектив развития отрасли

2. Характеристика модели А. Томпсона и А. Стрикленда

Вариант № 4

1. Конкурентоспособность товара: сущность, факторы, классификация факторов, оценка

2. Характеристика модели "Мак-Кинси"

Вариант № 5

1. Конкурентоспособность организации: сущность, факторы и их классификация, виды конкурентных преимуществ

2. Характеристика модели "7S"

Вариант № 6

1. Конкурентные преимущества: сущность, классификация, оценка

2. Характеристика матрицы BCG (Бостонской консалтинговой группы)

Вариант № 7

1. Методы оценки конкурентоспособности организации (КСП): оценка КСП на основе применения методы внешних конкурентных преимуществ

2. Показатели оценки конкурентоспособности товара

Вариант № 8

1. Методы оценки конкурентоспособности организации (КСП): оценка КСП на основе теории эффективной конкуренции

2. Этапы оценки конкурентоспособности товара

Вариант № 9

1. Сравнительный анализ методик оценки и управления конкурентоспособностью (КСП) организации: на основе оценки КСП товара, теория эффективной конкуренции и внешних конкурентных преимуществ

2. «Жесткие» и «мягкие» параметры конкурентоспособности товара

Вариант № 10

1. Понятие и факторы конкурентоспособности предприятия
2. Этапы управления КСП организации, алгоритм и показатели, подходы к оценке значимости параметров КСП

8. Оценка результатов освоения дисциплины/модуля

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
2	Выполнение расчетно-аналитических заданий	80
3	Контрольная работа	20
Итого:		100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ)
- Библиотеки нефтяных вузов России:
- Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>
- Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <http://bibl.rusoil.net/>
- Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>.

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства

1. Microsoft Windows.
2. Microsoft Office Professional Plus

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

Таблица 10.1

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Управление конкурентоспособностью	Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья. Моноблок - 1 шт., проектор - 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт., проекционный экран - 1 шт., документ-камера - 1 шт.	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70
		Практические занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Учебная лаборатория. Оснащенность: столы, стулья. Моноблок - 1 шт., проектор - 1 шт., проекционный экран - 1 шт., документ-камера - 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт.	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.701

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа обучающихся заключается в получении заданий (тем) у преподавателя для индивидуального освоения. Преподаватель на занятии дает рекомендации необходимые для освоения материала. В ходе самостоятельной работы обучающиеся изучить теоретический материал по разделам дисциплины и подготовить доклад по указанным темам.

К средствам обеспечения самостоятельной работы относятся учебники, учебные пособия и методические руководства, учебно-программные комплексы, система поддержки учебного процесса EDUCON и т.д.

Контроль самостоятельной работы и оценка ее результатов организуется как единство двух форм: самоконтроль и самооценка обучающегося; контроль и оценка со стороны преподавателя.

Критериями оценки результатов самостоятельной работы являются:

- уровень освоения обучающимися учебного материала;
- умения обучающегося использовать теоретические знания при выполнении

творческих заданий;

- сформированность соответствующих компетенций;
- обоснованность и четкость изложения ответов;
- оформление материала в соответствии с требованиями.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина/модуль Управление конкурентоспособностью
Код, направление подготовки/специальность 38.04.01 Экономика
Направленность (профиль) / специализация Управленческая экономика и стратегия бизнеса

Приложение

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5

УК-1	Знать: УК-1.1-31 сущность теории конкуренции, конкурентоспособности, конкурентных преимуществ	Не способен сформулировать сущность теории конкуренции, конкурентоспособности, конкурентных преимуществ	Демонстрирует фрагментарные знания сущности теории конкуренции, конкурентоспособности, конкурентных преимуществ	Демонстрирует достаточные знания сущности теории конкуренции, конкурентоспособности, конкурентных преимуществ	Демонстрирует исчерпывающие знания сущности теории конкуренции, конкурентоспособности, конкурентных преимуществ
------	---	---	---	---	---

УК-1	Уметь: УК-1.1-У1 применять методики оценки конкурентоспособности продукции предприятия на российском и международных рынках;	Не умеет применять методики оценки конкурентоспособности продукции предприятия на российском и международных рынках	Демонстрирует отдельные способности применять методики оценки конкурентоспособности продукции предприятия на российском и международных рынках;	Демонстрирует достаточные способности применять методики оценки конкурентоспособности продукции предприятия на российском и международных рынках исследований ;	Демонстрирует исчерпывающие способности применять методики оценки конкурентоспособности продукции предприятия на российском и международных рынках;
------	---	--	---	---	---

УК-1	Владеть: УК-1.1-В1 методикой конкурентного анализа компаний в отрасли	Не владеет методикой конкурентного анализа компаний в отрасли;	Владеет методикой конкурентного анализа компаний в отрасли ;	Владеет в полной мере методикой конкурентного анализа компаний в отрасли;	В совершенстве владеет методикой конкурентного анализа компаний в отрасли;
------	---	---	--	---	--

УК-1	Знать: УК-1.2-31 особенности организации маркетингового исследования: исследования собственными силами компании или выбор исследовательской компании, разработка предложения и техническое задание на проведение исследования, оценки стоимость МИ, оценка результатов;	Не способен сформулировать особенностей организации маркетингового исследования : исследования собственным и силами компании или выбора исследовательской компании, разработки предложения и техническое задание на проведение исследования , оценки стоимость МИ, оценка результатов;	Демонстрирует фрагментарные знания особенностей организации маркетингового исследования : исследования собственным и силами компании или выбора исследовательской компании, разработки предложения и техническое задание на проведение исследования , оценки стоимость МИ, оценка результатов;	Демонстрирует достаточные знания особенностей организации маркетингового исследования : исследования собственным и силами компании или выбора исследовательской компании, разработки предложения и техническое задание на проведение исследования , оценки стоимость МИ, оценка результатов;	Демонстрирует исчерпывающие знания особенностей организации маркетингового исследования : исследования собственным и силами компании или выбора исследовательской компании, разработки предложения и техническое задание на проведение исследования , оценки стоимость МИ, оценка результатов;
------	---	--	--	--	--

УК-1	Уметь: УК-1.2-У1 решать организационные вопросы проведения маркетинговых исследований;	Не умеет решать организационные вопросы проведения маркетинговых исследований;	Демонстрирует отдельные способности решать организационные вопросы проведения маркетинговых исследований;	Демонстрирует достаточные способности решать организационные вопросы проведения маркетинговых исследований;	Демонстрирует исчерпывающие способности решать организационные вопросы проведения маркетинговых исследований
УК-1	Владеть: УК-1.2-В1 методами сбора данных для проведения маркетингового исследования;	Не владеет методами сбора данных для проведения маркетингового исследования;	Владеет методами сбора данных для проведения маркетингового исследования;	Владеет в полной мере методами сбора данных для проведения маркетингового исследования.	В совершенстве владеет методами сбора данных для проведения маркетингового исследования

УК-1	Знать: УК-1.3-31 теоретические и методологические основы использования количественных и качественных методов для проведения научных исследований в области формирования конкурентоспособности компании;	Не знает теоретические и методологические основы использования количественных и качественных методов для проведения научных исследований в области формирования конкурентоспособности компании;	Демонстрирует отдельные знания теоретических и методологических основ использования количественных и качественных методов для проведения научных исследований в области формирования конкурентоспособности компании;	Демонстрирует достаточные знания теоретических и методологических основ использования количественных и качественных методов для проведения научных исследований в области формирования конкурентоспособности компании;	Демонстрирует исчерпывающие знания теоретических и методологических основ использования количественных и качественных методов для проведения научных исследований в области формирования конкурентоспособности компании;
УК-1	Уметь: УК-1.3-У1 У1 использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований в области формирования конкурентоспособности компании	Не умеет использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований в области формирования конкурентоспособности компании	Демонстрирует отдельные способности использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований в области формирования конкурентоспособности компании программ;	Демонстрирует достаточные способности использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований в области формирования конкурентоспособности компании офисных программ;	Демонстрирует исчерпывающие способности использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований в области формирования конкурентоспособности компании

УК-1	Владеть: УК-1.3-B1 современными методами сбора, обработки и анализа данных, необходимых для принятия управленческих решений в сфере повышения конкурентоспособности организации;	Не владеет современными методами сбора, обработки и анализа данных, необходимых для принятия управленческих решений в сфере повышения конкурентоспособности организации ;	Владеет современными методами сбора, обработки и анализа данных, необходимых для принятия управленческих решений в сфере повышения конкурентоспособности организации;	Владеет в полной мере современными методами сбора, обработки и анализа данных, необходимых для принятия управленческих решений в сфере повышения конкурентоспособности организации;	В совершенстве владеет современными методами сбора, обработки и анализа данных, необходимых для принятия управленческих решений в сфере повышения конкурентоспособности организации ;
УК-1	Знать: УК-1.4-31 стратегический аспект маркетинговой деятельности: основные этапы разработки маркетинговой стратегии, особенности отдельных конкурентных стратегий маркетинга;	Не знает стратегических аспектов маркетинговой деятельности: основные этапы разработки маркетинговой стратегии, особенности отдельных конкурентных стратегий маркетинга;	Демонстрирует отдельные знания стратегических аспектов маркетинговой деятельности: основные этапы разработки маркетинговой стратегии, особенности отдельных конкурентных стратегий	Демонстрирует достаточные знания стратегических аспектов маркетинговой деятельности: основные этапы разработки маркетинговой стратегии, особенности отдельных конкурентных	Демонстрирует исчерпывающие знания стратегических аспектов маркетинговой деятельности: основные этапы разработки маркетинговой стратегии, особенности отдельных конкурентных

УК-1	Уметь: УК-1.4-У1 устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;	Не умеет устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;	Демонстрирует достаточные способности устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;	Демонстрирует отдельные способности устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;	Демонстрирует исчерпывающие способности устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;
УК-1	Владеть: УК-1.4-В1 навыками анализа привлекательности рынков, оценки уровня конкурентоспособности продукции, технологии;	Не владеет навыками анализа привлекательности рынков, оценки уровня конкурентоспособности продукции,	Владеет навыками анализа привлекательности рынков, оценки уровня конкурентоспособности продукции,	Владеет в полной мере навыками анализа привлекательности рынков, оценки уровня конкурентоспособности продукции,	В совершенстве владеет навыками анализа привлекательности рынков, оценки уровня конкурентоспособности

ПКС-1	Знать: ПКС-1.1-31 особенности расчета показателей спроса и предложения на рынке продукции предприятия;	Не способен сформулировать в чем особенность расчета показателей спроса и предложения на рынке	Демонстрирует фрагментарные знания особенностей расчета показателей спроса и предложения на рынке	Демонстрирует достаточные знания особенностей расчета показателей спроса и предложения на рынке	Демонстрирует исчерпывающие знания особенностей расчета показателей спроса и предложения на рынке
ПКС-1	Уметь: ПКС-1.1-У1 устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;	Не умеет устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;	Демонстрирует отдельные способности устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;	Демонстрирует достаточные способности устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;	Демонстрирует исчерпывающие способности устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;

ПКС-1	Владеть: ПКС-1.1-B1 навыками оценки и анализа затрат на продвижение и сбыт продукции;	Не владеет навыками навыками оценки и анализа затрат на продвижение и сбыт продукции;	Владеет навыками навыками анализа оценки и анализа затрат на продвижение и сбыт продукции;	Владеет в полной мере навыками оценки и анализа затрат на продвижение и сбыт продукции;	В совершенстве владеет навыкам оценки и анализа затрат на продвижение и сбыт продукции;
ПКС-1	Знать: ПКС-1.2-31 стратегический аспект маркетинговой деятельности: основные этапы разработки маркетинговой стратегии, особенности отдельных конкурентных стратегий маркетинга;	Не знает стратегическ их аспектов маркетингово й деятельности: основные этапы разработки маркетингово й стратегии, особенности отдельных конкурентны х стратегий маркетинга;	Демонстриру ет отдельные знания стратегическ их аспектов маркетингово й деятельности: основные этапы разработки маркетингово й стратегии, особенности отдельных конкурентны х стратегий	Демонстриру ет достаточные знания стратегическ их аспектов маркетингово й деятельности: основные этапы разработки маркетингово й стратегии, особенности отдельных конкурентны	Демонстриру ет исчерпываю щие знания стратегическ их аспектов маркетингово й деятельности: основные этапы разработки маркетингово й стратегии, особенности отдельных конкурентны

ПКС-1	Уметь: ПКС-1.2-У1 устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;	Не умеет устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;	Демонстрирует отдельные способности устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;	Демонстрирует достаточные способности устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии предприятия;	Демонстрирует исчерпывающие способности устанавливать причинно-следственные связи и обосновывать последовательность принятия решения выхода на рынок; обосновывать выбор ценовой стратегии
ПКС-1	Владеть: ПКС-1.2-В1 навыками анализа привлекательности рынков, оценки уровня конкурентоспособности продукции, технологии ;	Не владеет навыками анализа привлекательности рынков, оценки уровня конкурентоспособности продукции, технологии ;	Владеет навыками анализа привлекательности рынков, оценки уровня конкурентоспособности продукции, технологии ;	Владеет в полной мере навыками анализа привлекательности рынков, оценки уровня конкурентоспособности продукции,	В совершенстве владеет навыками анализа привлекательности рынков, оценки уровня конкурентоспособности

ПКС-1	Знать: ПКС-1.3-31 требования к документальному подтверждению факта проведения маркетинговых мероприятий и обоснованности затрат в целях их налогообложения	Не способен сформулировать требования к документальному подтверждению факта проведения маркетинговых мероприятий и обоснованности затрат в целях их налогообложения;	Демонстрирует фрагментарные знания требований к документальному подтверждению факта проведения маркетинговых мероприятий и обоснованности затрат в целях их налогообложения;	Демонстрирует достаточные знания требований к документальному подтверждению факта проведения маркетинговых мероприятий и обоснованности затрат в целях их налогообложения;	Демонстрирует исчерпывающие знания требований к документальному подтверждению факта проведения маркетинговых мероприятий и обоснованности затрат в целях их налогообложения;
	Уметь: ПКС-1.3-У1 формировать требования к отчетным документам, подтверждающих проведение маркетинговых мероприятий	Не умеет формировать требования к отчетным документам, подтверждающих проведение маркетинговых мероприятий	Демонстрирует отдельные способности формировать требования к отчетным документам, подтверждающих проведение маркетинговых мероприятий;	Демонстрирует достаточные способности формировать требования к отчетным документам, подтверждающих проведение маркетинговых мероприятий;	Демонстрирует исчерпывающие знания особенности формирования бюджета маркетинговых затрат предприятия, особенности стратегического и оперативного планирования элементов комплекса маркетинга;

	Владеть: ПКС-1.3-B1 навыками анализа отчетов о результатах маркетинговых мероприятий;	Не владеет навыками анализа отчетов о результатах маркетинговых мероприятий	Владеет навыками анализа отчетов о результатах маркетинговых мероприятий;	Владеет в полной мере навыками анализа отчетов о результатах маркетинговых мероприятий;	Владеет в совершенстве навыками анализа отчетов о результатах маркетинговых мероприятий;

КАРТА
обеспеченности дисциплины (модуля) учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: **Управление конкурентоспособностью**

Код, направление подготовки: **38.04.01 Экономика**

Направленность (профиль) / специализация **Управленческая экономика и стратегия бизнеса**

п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Инновационный маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510978	ЭР*	30	100	+
2	Шамис, В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 174 с. — ISBN 978-5-4497-1826-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/124747.html	ЭР*	30	100	+
3	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под редакцией А. Л. Абаева [и др.]. — Москва : Дашков и К, 2022. — 433 с. — ISBN 978-5-394-04185-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277322	ЭР*	30	100	+

ЭР* – электронный ресурс для автор. пользователей доступен через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>