

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ФОРМИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ**

Направление подготовки «54.03.01 Дизайн»

Направленность «Графический дизайн», «Дизайн костюма»

Квалификация (степень) выпускника: *бакалавр*

Рабочая программа дисциплины «*Формирование и оценка конкурентоспособности продукции*» разработана:

- в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Минобрнауки РФ №1004 от 11.08.2016 г.
- в соответствии с учебным планом направления подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность Графический дизайн; год начала подготовки 2019, 2020.

Разработал: Иванова О.В. доцент ДТМиЭПТ, к.т.н., доц.

Рецензент: Костюкова Ю.А., доцент ДТМиЭПТ, к.т.н., доц.

УТВЕРЖДЕНО:

на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры №9 от 15.05.2019 г.,
с изменениями (протокол № 8 от 25.01.2021 г.)

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры №9 от 28.04.2020 г.
с изменениями (протокол № 8 от 25.01.2021 г.)

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 13 от 11.06.2021 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы
потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 8 от 18.03.2022 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы
потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины:

изучение понятия конкуренции и конкурентоспособности в структуре экономики,

подготовка бакалавров по теоретическим и практическим вопросам в области оценки конкурентоспособности продукции.

Задачи дисциплины:

усвоение научных знаний в области конкурентоспособности продукции;
изучение и анализ факторов, определяющих конкурентоспособность товаров;
овладение едиными методами и приемами оценки конкурентоспособности товаров;
изучение структуры рынка, сегментация рынка, изучение конкурентов, потребности покупателей, параметров оценки товара;
освоение методов оценки уровня конкурентоспособности товаров, применяемых на различных стадиях жизненного цикла продукции (проектирования, изготовления, реализации и эксплуатации);
овладение навыками и приемами использования графических, матричных, расчетных и комбинированных методов оценки конкурентоспособности; приобретение опыта расчета интегрального показателя конкурентоспособности.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

знает механизм формирования затрат на производство, а также обеспечения качества и конкурентоспособности продукции; методы принятия оптимальных решений по реализации дизайн-проектов в условиях цифрового производства; методологию оценки конкурентоспособности продукции различного назначения; особенности формирования конкурентоспособности товаров различного вида; методы оценки производственных и непроизводственных затрат на обеспечение качества и конкурентоспособности продукции; перспективы и тенденции развития конкурентного рынка; сущность взаимосвязи качества и конкурентоспособности продукции, роль оценки качества и конкурентоспособности продукции в предпринимательской деятельности; принципы рационального выбора показателей качества, критериев и факторов конкурентоспособности продукции; особенности формирования конкурентоспособности товаров различного вида.

уметь:

принимать оптимальные решения по реализации дизайн-проектов на основе анализа и мониторинга динамики рынка продукции; находить компромисс между различными требованиями (стоимости, качества, безопасности и сроков исполнения) изделий на основе алгоритма формирования конкурентоспособности с целью определения основных направлений эффективной структуры ассортимента на базе рациональных показателей качества продукции;

систематизировать и обобщать информацию о товарах, их свойствах, производственных и непроизводственных затратах; работать с нормативной и технической документацией в области оценки качества и конкурентоспособности продукции; использовать известные методы оценки конкурентоспособности, а также разрабатывать новые, прогрессивные методы на основе научных исследований; формировать и оценивать конкурентоспособность продукции с учетом специфики региона и назначения продукции.

владеть:

инструментами оценки уровня конкурентоспособности товаров при долгосрочном и краткосрочном планировании, применяемыми на различных стадиях жизненного цикла продукции (проектирования, изготовления, реализации и эксплуатации); методиками формирования и управления конкурентоспособностью товаров; может разрабатывать производственные и экономические требования, предъявляемые к дизайну изделий легкой промышленности для реализации проекта заказчика; информацией о современном состоянии конкурентного рынка легкой промышленности с целью обеспечения качества продукции; инструментами планирования, организации и проведения научных исследований, касающихся сегментации и анализа потребительского рынка; методами и средствами оценки качества и потребительских свойств продукции; методологией оценки конкурентоспособности для решения коммерческих задач в современных экономических условиях; методами конкурентной разведки и методикой анализа конкурентов.

освоить компетенции:

ОК-3 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОПК-7 способность осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий;

ПК-4 способность анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта;

ПК- 9 способность составлять подробную спецификацию требований к дизайн-проекту и готовить полный набор документации по дизайн-проекту, с основными экономическими расчетами для реализации проекта.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина по выбору вариативной части учебного плана. Изучается в 8 семестре.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: Продвижение и авторский контроль дизайн-проектов, дизайн-технологии маркетингового продвижения товаров, дизайн-проектирование.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: производственные практики, дипломное проектирование.

4. Объем дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма	Очно-заочная форма
Общая трудоемкость в зачетных единицах	4	4
Общая трудоемкость в часах	144	144
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	60	60
Лекции	30	34
Практические занятия	30	34
Самостоятельная работа в часах	44,75	36,75
Форма промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная форма
Лекции	30	34
Практические занятия	30	34
Лабораторные занятия	-	-
Консультации	-	-
Зачет/зачеты	0,25	0,25
Экзамен/экзамены	-	-
Курсовые работы	3	3
Курсовые проекты	-	-
Всего	63,25	71,25

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
Семестр 8						
1	Раздел 1. Конкуренция и конкурентоспособность					
1.1	Конкуренция как двигатель рыночной экономики /Лек/	3	1			2
1.2	Потребности людей. Их значение и виды. Модели потребления товаров и услуг. /Пр	6		4		2
1.3	Сегментация потребительского рынка. Потребительские свойства товаров и их	3	1			2

	значимость для отдельных потребительских сегментов /Лек/					
1.4	Сегментация потребительского рынка/Лек/	7	1	4		2
1.5	Изучение значимости потребительских свойств товаров для отдельных потребительских сегментов./ / Пр	6		4		2
1.6	Конкурентоспособность товаров. Критерии конкурентоспособности. Факторы конкурентоспособности /Лек/	3	1			2
1.7	Модель «Кано». Принцип компенсации. / Пр	6		4		2
1.8	Цели, принципы и этапы оценки конкурентоспособности товаров /Лек/	3	1			2
2	Раздел 2. Методы оценки конкурентоспособности					
2.1	Расчетные, экспериментальный и статистический методы оценки конкурентоспособности. Графические, матричные, расчетные и комбинированные методы оценки конкурентоспособности. /Лек/	4	1	2		1
2.2	Изучение графических и матричных методов оценки конкурентоспособности товаров / Пр	3		2		1
2.3	Прямые и косвенные методы оценки конкурентоспособности. /Лек/	3	2			1
2.4	Изучение расчетного метода оценки конкурентоспособности товаров, учитывающих весомости показателей качества и экономичности / Пр	3		2		1
2.5	Методы оценки конкурентоспособности, применяемые на различных стадиях жизненного цикла продукции (проектирования, изготовления, реализации и эксплуатации) /Лек/	3	2			1
3	Раздел 3. Конкурентоспособность и ее					

	обеспечение					
3.1	Конкурсы как инструменты установления уровня конкурентоспособности товаров /Лек/	7	4	2		1
3.2	Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров: бенчмаркетинг, процессный подход, бренд-стратегия. /Лек/	7	4	2		1
3.3	Изучение метода бенчмаркетинга / Пр	3		2		1
3.4	Характеристика отдельных методов обеспечения конкурентоспособности (выбор приоритетных критериев, развертывание функции качества, программа «шесть сигма»)/Лек/	5	4			1
3.5	Тактика и стратегия повышения конкурентоспособности товаров на различных потребительских сегментах /Лек/	5	4			1
3.6	Алгоритм проектирования конкурентоспособности товаров /Лек/	5	4			1
3.7	Изучение алгоритма проектирования (формирования) конкурентоспособности товаров / Пр	3		2		1
3.8	Особенности формирования и оценки конкурентоспособности продовольственных и непродовольственных товаров /Лек/	5	4			1
3.9	Формирование и оценка конкурентоспособности непродовольственных товаров /Пр	5		4		1
	Курсовая работа	3				
	зачет					6,75
	всего	144	30	30	-	44,75

5.2. Содержание

Раздел 1. Конкуренция и конкурентоспособность

Конкуренция как двигатель рыночной экономики

Потребности людей. Их значение и виды. Модели потребления товаров и услуг.

Сегментация потребительского рынка. Потребительские свойства товаров и их значимость для отдельных потребительских сегментов. Сегментация потребительского рынка

Изучение значимости потребительских свойств товаров для отдельных потребительских сегментов

Конкурентоспособность товаров. Критерии конкурентоспособности. Факторы конкурентоспособности

Модель «Кано». Принцип компенсации.

Цели, принципы и этапы оценки конкурентоспособности товаров

Раздел 2. Методы оценки конкурентоспособности

Расчетные, экспериментальный и статистический методы оценки конкурентоспособности. Графические, матричные, расчетные и комбинированные методы оценки конкурентоспособности.

Изучение графических и матричных методов оценки конкурентоспособности товаров

Прямые и косвенные методы оценки конкурентоспособности.

Изучение расчетного метода оценки конкурентоспособности товаров, учитывающих весомости показателей качества и экономичности

Методы оценки конкурентоспособности, применяемые на различных стадиях жизненного цикла продукции (проектирования, изготовления, реализации и эксплуатации)

Раздел 3. Конкурентоспособность и ее обеспечение

Конкурсы как инструменты установления уровня конкурентоспособности товаров /Лек/

Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров: бенчмаркетинг, процессный подход, бренд-стратегия.

Изучение метода бенчмаркинга

Характеристика отдельных методов обеспечения конкурентоспособности (выбор приоритетных критериев, развертывание функции качества, программа «шесть сигма»)

Тактика и стратегия повышения конкурентоспособности товаров на различных потребительских сегментах

Алгоритм проектирования конкурентоспособности товаров

Изучение алгоритма проектирования (формирования) конкурентоспособности товаров

Особенности формирования и оценки конкурентоспособности продовольственных и непродовольственных товаров

Формирование и оценка конкурентоспособности непродовольственных товаров

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Студенту настоятельно рекомендуется посещать лекции ввиду большого количества литературы по данной тематике с различной трактовкой основ формирования и оценки качества и конкурентоспособности продукции, что затрудняет возможность самостоятельно разобраться в приводимых материалах, и постоянного обновления содержания лекций. Самостоятельная работа складывается из изучения материалов лекций и рекомендуемой литературы, подготовки к лабораторной работе по вопросам и заданиям, выданным преподавателям в конце лекции, выполнения курсовой работы. Систематическая подготовка к лабораторным работам – залог накопления глубоких знаний и получения зачета по результатам работ. Готовиться к лабораторным/практическим занятиям следует не только теоретически, но и практически: пробовать применить полученные знания для анализа существующих сведений о критериях и факторах конкурентоспособности, их взаимозаменяемости, синергетическом эффекте, решать задачи. За период обучения магистру рекомендуется набирать литературные и электронные источники из периодической печати, которые можно использовать на лабораторных занятиях в курсовом и дипломном проектировании.

Отчеты по лабораторным/практическим занятиям и выполнение заданий лучше вести в одной тетради, так как это позволяет знать ошибки, брать данные для следующих лабораторных работ и для дальнейших дисциплин.

Допуск студента к следующей работе возможен при положительной оценке по опросу и защите предыдущей лабораторной работы. Зачет по дисциплине магистр получает автоматически, если в течение семестра имеет положительные оценки за все виды заданий по лабораторным работам, за курсовую работу. Выполнение курсовой работы – творческий и самостоятельный процесс, показывающий и формирующий умение студента самостоятельно ставить, решать задачи, работать с литературой, проводить исследования, делать выводы. Необходимо обязательное посещение консультаций, так как студент получает индивидуальное задание.

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Для очной формы обучения.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Рекомендуемая литература	Форма контроля
Семестр 8 (очная, очно-заочная форма)					
1	Раздел 1. Конкуренция и конкурентоспособность			1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
1.1	Конкуренция как двигатель рыночной экономики /Лек/	Конкуренция в экономике	2	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
1.2	Потребности людей. Их значение и виды. Модели потребления	Потребности людей.	2	6-10 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы

	товаров и услуг. / Пр				работы
1.3	Сегментация потребительского рынка. Потребительские свойства товаров и их значимость для отдельных потребительских сегментов /Лек/	Сегментация потребительского рынка.	2	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
1.4	Сегментация потребительского рынка/Лек/	Сегментация потребительского рынка	2	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
1.5	Изучение значимости потребительских свойств товаров для отдельных потребительских сегментов. // Пр	Изучение значимости потребительских свойств товаров	2	6-10 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
1.6	Конкурентоспособность товаров. Критерии конкурентоспособности. Факторы конкурентоспособности /Лек/	Критерии конкурентоспособности. Факторы конкурентоспособности	2	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
1.7	Модель «Кано». Принцип компенсации. / Пр	Модель «Кано».	2	6-10 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
1.8	Цели, принципы и этапы оценки конкурентоспособности товаров /Лек/	Цели, принципы и этапы оценки конкурентоспособности и товаров	2	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
2	Раздел 2. Методы оценки конкурентоспособности			1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
2.1	Расчетные, экспериментальные и статистические методы оценки конкурентоспособности	Расчетные, экспериментальный и статистический методы оценки конкурентоспособности.	1	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы

	ости. Графические, матричные, расчетные и комбинированные методы оценки конкурентоспособности. /Лек/				
2.2	Изучение графических и матричных методов оценки конкурентоспособности товаров / Пр	Графические и матричные методы оценки конкурентоспособности и товаров	1	6-10 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
2.3	Прямые и косвенные методы оценки конкурентоспособности. /Лек/	Прямые и косвенные методы оценки конкурентоспособности.	1	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
2.4	Изучение расчетного метода оценки конкурентоспособности товаров, учитывающих весомости показателей качества и экономичности / Пр	Изучение материала лекций	1	6-10 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
2.5	Методы оценки конкурентоспособности, применяемые на различных стадиях жизненного цикла продукции (проектирования, изготовления, реализации и эксплуатации) /Лек/	ЖЦТ	1	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
3	Раздел 3. Конкурентоспособность и ее обеспечение				Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
3.1	Конкурсы как инструменты установления уровня конкурентоспособности товаров /Лек/	Конкурсы как инструменты установления уровня конкурентоспособности и товаров	1	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы

3.2	Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров: бенчмаркетинг, процессный подход, бренд-стратегия. /Лек/	Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров: бенчмаркетинг, процессный подход, бренд-стратегия.	1	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
3.3	Изучение метода бенчмаркетинга / Пр	Изучение метода бенчмаркетинга	1	6-10 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
3.4	Характеристика отдельных методов обеспечения конкурентоспособности (выбор приоритетных критериев, развертывание функции качества, программа «шесть сигма»)/Лек/	Выбор приоритетных критериев, развертывание функции качества, программа «шесть сигма»)/Лек/	1	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
3.5	Тактика и стратегия повышения конкурентоспособности товаров на различных потребительских сегментах /Лек/	Тактика и стратегия повышения конкурентоспособности товаров на различных потребительских сегментах	1	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
3.6	Алгоритм проектирования конкурентоспособности товаров /Лек/	Алгоритм проектирования конкурентоспособности и товаров	1	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
3.7	Изучение алгоритма проектирования (формирования) конкурентоспособности товаров / Пр	Изучение алгоритма проектирования (формирования) конкурентоспособности и товаров /	1	6-10 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
3.8	Особенности формирования и оценки конкурентоспособности продовольственных и непродовольственных товаров /Лек/	Особенности формирования и оценки конкурентоспособности и продовольственных и непродовольственных товаров	1	1-5 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы

3.9	Формирование и оценка конкурентоспособности непродовольственных товаров /Пр	Формирование и оценка конкурентоспособности и непродовольственных товаров	1	6-10 http://vsegost.com/ Издания доступные в ЭБС	Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
	зачет		6,75		Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы
	всего		36,75		Письменный опрос, защита практической/лабораторной работы

6.3. Тематика и задания для практических занятий (*при наличии*)

Потребности людей. Их значение и виды. Модели потребления товаров и услуг. Сегментация потребительского рынка

Изучение значимости потребительских свойств товаров для отдельных потребительских сегментов

Модель «Кано». Принцип компенсации. Изучение графических и матричных методов оценки конкурентоспособности товаров

Изучение расчетного метода оценки конкурентоспособности товаров, учитывающих весомости показателей качества и экономичности

Изучение метода бенчмаркетинга

Изучение алгоритма проектирования (формирования) конкурентоспособности товаров

Формирование и оценка конкурентоспособности непродовольственных товаров

6.4. Тематика и задания для лабораторных занятий

Не предусмотрены

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов)

Цель выполнения курсовой работы – развитие логического мышления студента путем систематизации, закрепления и расширения теоретических и практических знаний по формированию и оценке конкурентоспособности товаров; применение их при анализе и обобщении информации для решения конкретных задач в области конкурентоспособности, маркетинга, организации коммерческой деятельности, торгового менеджмента и др.; развитие навыков самостоятельной деятельности и делового мышления; овладение методикой исследования вопросов, поставленных в курсовой работе, и методами математико-статистического анализа цифрового материала.

Курсовая работа тесно связана с товароведной, коммерческой, экономической, производственной, управленческой и учетной, маркетинговой и экспериментально-исследовательской деятельностью организаций.

Курсовая работа носит исследовательский характер. Она позволяет студенту проявить инициативу в сборе и обработке дополнительной информации по выбранной

теме (кроме конспектов лекций, учебников, справочников и методических пособий) в изучении тех разделов курса, которые в ходе учебных занятий по формированию и оценке конкурентоспособности товаров.

Самостоятельная работа над курсовой работой воспитывает у будущего бакалавра чувство перспективы, правильной оценки конкурентоспособности товара и услуг в сфере, включая вопросы повышения их качества, рационализации ассортимента, классификации, технического регулирования, подтверждения соответствия, экспертизы, а также информационного обеспечения.

Результаты курсовых работ могут быть использованы студентом при выполнении ВКР.

Основными *задачами* курсовой работы являются:

- обоснование актуальности и значимости темы курсовой работы; определение объекта и методов исследования;
- четкий анализ потребительского рынка: соотношение спроса и предложения, степень удовлетворения спроса, широту, полноту и структуру ассортимента, уровень качества, цена товаров;
- изучение истории проблемы, выбранной в качестве темы курсовой работы: исследование основополагающих характеристик товаров и услуг, составляющих потребительскую привлекательность товаров;
- сегментация потребителей товаров;
- оценка конкурентоспособности товаров и услуг в различных потребительских сегментах;
- мониторинг изменения конкурентоспособности и цен на товары и услуги в зависимости от жизненного цикла товаров;
- анализ весомости свойств, качества и цены потребления товаров для отдельных потребительских сегментов;
- мониторинг потребительского сегмента и конкурентов;
- управление конкурентоспособностью товаров;
- использование результатов оценки для разработки направлений повышения конкурентоспособности товаров;
- развитие у студентов творческого подхода к решению теоретических и практических вопросов в области товароведения и экспертизы;
- совершенствование навыков самостоятельного выполнения научных исследований; получение опыта работы с нормативными документами, научной и методической литературой, экспериментальным материалом, проведение обобщений в форме выводов и рекомендаций.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Наименование	Количество/ссылка на электронный ресурс
<i>а) основная:</i>	
1. Колочева, В.В. Основы конкурентоспособности : учебное пособие / В.В. Колочева. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 72 с. - ISBN 978-5-7782-1664-8 ; То же [Электронный ресурс]. -	URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228849
2 Экономический анализ : учебное пособие / Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР) ; авт.-сост. Л.В. Земцова. - Томск : Эль Контент, 2013. - 234 с. : ил. - Библиогр.: с.216-	URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480530

217. - ISBN 978-5-4332-0089-0 ; То же [Электронный ресурс]. -	
3 Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): Теория и методология : учебное пособие / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 799 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01439-5 ; То же [Электронный ресурс]. -	URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117708
4 Иванова, Ольга Владимировна. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров : учеб. пособие / Иванова, Ольга Владимировна. - Кострома : КГТУ, 2013. - 75 с.: рис., табл. - ISBN 978-5-8285-0680-4	22
5 Лифиц, Иосиф Моисеевич. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник для бакалавров / Лифиц Иосиф Моисеевич. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2013. - 437 с. - (Бакалавр. Углубленный курс). - УМО. - ISBN 978-5-9916-2545-6 20	20
<i>б) дополнительная:</i>	
6.Нелюбов, Л.П. Конкурентоспособность товаров / Л.П. Нелюбов. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 140 с. - ISBN 978-5-504-00767-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140511	URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140511
7 Иванова, Ольга Владимировна. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг : метод. указания / Иванова Ольга Владимировна. - Кострома : КГТУ, 2015. - 27 с. 25	<u>25</u>
8 Иванова, Ольга Владимировна. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров : сб. практ. работ: в 2 ч. Ч.1 / Иванова Ольга Владимировна, И. Б. Пугачева. - Кострома : КГТУ, 2011; 2010. - 40 с. 33	33
9 Еремеева Наталия Валерьевна. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие / Еремеева Наталия Валерьевна, Калачев Сергей Львович. - Москва : КолосС, 2006. - 192 с.: ил. - (Учебники и учеб. пособия для студентов вузов). - УМО - ISBN 5-9532-0282-2	1
10 Иванова, Ольга Владимировна. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров : метод. указ. / Иванова Ольга Владимировна. - Кострома : КГТУ, 2012. - 36 с: рис. 30	<u>30</u>
Периодические издания	
1.Современный ресторан 2. Магазин. Ресторан. Отель 3. Гостиница и ресторан: дизайн и интерьер 4. ШЕФ. Ресторатор 5. Ресторатор 6. Ресторанные ведомости 7. Гостиница и ресторан: бизнес и управление	Доступные в базе «МАРС»

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Информационно-образовательные ресурсы:

<https://www.r-trends.ru/>

<http://www.adbusiness.ru/>, advertprint.net, adme.ru > reklamnye-tehnologii/

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Лань»
2. ЭБС «Университетская библиотека online»
3. ЭБС «Znaniium»

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>Лекционная аудитория Гл. корп., ауд. 406</p>	<p>Портативное видеопрезентационное оборудование: Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak 59435830 (Intel Core i7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/ DVD-RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi-Fi/Bluetooth/Cam/ 15.6/1366*768/Windows 8.1 64-bit); Проектор Aser P-series в комплекте с экраном ELITE SCREEN S и кабелем VGA Konoos HD 15M/15M Pro (20.0 м) для подключения + комплект колонок SVENSPS-70. Рабочая доска. Посадочные места на 32 студента, рабочее место преподавателя.</p>	<p>LibreOffice GNU LGPL v3+, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом</p> <p>Adobe Acrobat Reader, проприетарная, бесплатная программа для просмотра документов в формате PDF</p>
<p>Лаборатория торгового оборудования Гл. корп. 404 (лекционная)</p>	<p>Посадочные места по числу студентов, рабочее место преподавателя, рабочая доска. Торговый комплекс для учебного процесса. Портативное видеопрезентационное оборудование: Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak 59435830</p>	<p>LibreOffice GNU LGPL v3+, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом</p> <p>Adobe Acrobat Reader, проприетарная, бесплатная программа для просмотра документов в формате PDF</p>