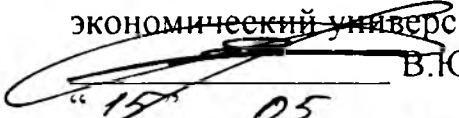


Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


В.Ю.Шутилин
«19» 05 2020 г.
Регистрационный № УД 4317-201 уч.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРОВ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров»

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-250109-2013 для специальности 1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров», учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров» (специализация 1-25 01 09 02 «Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров»), регистр. № 118Р-15 от 03.04.2015.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Латина С.Н., доцент кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Короленок Г.А., профессор-консультант кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор;

Шнак И.В., начальник отдела методологии управления организации торговли и общественного питания Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 8 от 13.03.2020 г);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 5 от 15.04.2020)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа учебной дисциплины «Конкурентоспособность товаров» составлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к товароведам-экспертам, и предусматривает формирование знаний относительно показателей, факторов, методов оценки и механизма обеспечения конкурентоспособности товаров. Учебная программа разработана с учетом требований нормативных правовых актов Республики Беларусь, современной торговой практики.

Цель преподавания учебной дисциплины «Конкурентоспособность товаров» состоит в формировании у студентов системы знаний, связанных с методическим и информационным обеспечением конкурентоспособности товаров субъектов хозяйствования. Изучение учебной дисциплины позволит развивать творческую активность, способность к самостоятельной работе и инициативность.

Задачами изучения учебной дисциплины являются:

- изучение теоретических аспектов конкуренции, методологии оценки и механизма обеспечения конкурентоспособности товаров;
- ознакомление с основными нормативно-правовыми документами, регулирующими деятельность субъектов хозяйствования в области конкуренции и конкурентоспособности;
- формирование практических умений и навыков, необходимых для профессиональной деятельности обеспечения конкурентоспособности товаров.

Подготовка специалистов в рамках изучения учебной дисциплины должна обеспечить формирование следующих групп компетенций:

академических, включающих:

- АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом;
- АК-3. Владеть исследовательскими навыками;
- АК-4. Уметь работать самостоятельно;
- АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;
- АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.

профессиональных, включающих:

- ПК-1. Оценивать потребительские свойства товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество;
- ПК-3. Управлять ассортиментом и качеством товаров, диагностировать дефекты;
- ПК-10. Прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;
- ПК-12. Разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента и повышения эффективности деятельности предприятия;

- ПК-15. Осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продаж согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии;

- ПК-19. Знать и применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке и реализации сырья и продвижении товаров.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны:

ЗНАТЬ:

- сущность конкуренции и конкурентоспособности товаров;
- факторы и показатели конкурентоспособности товаров;
- методы оценки и прогнозирования конкурентоспособности товаров;
- механизм обеспечения конкурентоспособности товаров.

УМЕТЬ:

- анализировать факторы и выявлять показатели конкурентоспособности отдельных товаров;

- проводить оценку конкурентоспособности товаров с использованием маркетинговых исследований рынка;

- принимать управленческие решения при закупке товаров, формировании ассортимента в условиях конкуренции.

ВЛАДЕТЬ:

- методами маркетинговых исследований рынка и оценки конкурентоспособности товаров;

- навыками разработки мероприятий по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента.

В соответствии с образовательным стандартом высшего образования по специальности 1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров» учебная программа по учебной дисциплине «Конкурентоспособность товаров» рассчитана у обучающихся:

- на ДФО на 98 часов, из них аудиторных занятий 54 часа. Распределение по видам занятий: лекций – 26 часов; семинарских занятий – 28 часов.

Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Теоретические основы конкуренции на товарных рынках

Понятие конкуренции на товарном рынке. Типы (модели) рынков: совершенная конкуренция, чистая монополия, монополистическая конкуренция, олигополия. Влияние типа (модели) рынка на интенсивность конкуренции. Подходы к трактовке категории «конкуренция»: поведенческая, структурная, функциональная. Функции конкуренции. Система классификации рыночной конкуренции. Понятие и соотношение недобросовестной конкуренции и недобросовестной рекламы.

Понятие о товаре, его потребительной стоимости, требования к товару. Отличие товара от продукта. Взаимозаменяемые (аналогичные) товары. Тенденции развития рынка продовольственных и непродовольственных товаров.

Организационные и правовые основы противодействия монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции в Республике Беларусь. Понятие доминирующего положения на рынке и дискриминационных условий. Признаки наличия доминирующего положения. Условия признания доминирующего положения одного и нескольких хозяйствующих субъектов. Понятие естественной монополии. Характеристика основных этапов анализа и оценки состояния конкуренции на товарных рынках.

Тема 2. Исследование состояния конкурентной среды на товарном рынке

Содержание макросреды, мезосреды, микросреды субъекта хозяйствования. Факторы макросреды: международные, политические, экономические, правовые, социально-демографические, экологические природно-климатические, культурные, научно-технические. Факторы мезосреды: рыночная инфраструктура, мониторинг окружающей среды, здравоохранение, наука и образование, культура и спорт, торговля и общественное питание, транспорт и связь, пригородное сельское хозяйство, строительство, промышленность, жилищно-коммунальное хозяйство. Содержание микросреды организации: поставщики, потребители, конкуренты, контактные аудитории, маркетинговые посредники, законодательство. Влияние факторов на конкурентоспособность товаров.

Понятие конкурентной среды на товарном рынке. Диагностика факторов конкурентной среды. Оценка внешней макро- и микро среды. Конкурентный анализ отрасли. Отраслевые ключевые факторы успеха. Оценка перспектив развития отрасли. PEST-анализ как стратегический инструмент для анализа внешней среды. SWOT-анализ как метод комплексной оценки внешней и внутренней среды организации.

Оценка внешней среды: анализ и оценка покупателей, конкурентов, поставщиков, рыночного потенциала крупнейших рыночных субъектов. Основные составляющие комплексного маркетингового анализа потребителей. Установление профиля покупателя. Сравнительный анализ конкурентов. Бенчмаркетинг. «Портфельный анализ» (анализ товарного ассортимента) организации как основа выбора конкурентной стратегии: использование матрицы МакКинзи, матрицы «рост/доля рынка» БКГ. Основные этапы и индикаторы оценки поставщиков товаров. Определение потенциала рынка.

Тема 3. Конкурентоспособность товаров как критерий развития субъекта хозяйствования

Сущность и подходы к определению экономической категории «конкурентоспособность». Уровни определения конкурентоспособности, пирамида конкурентоспособности. Понятие конкурентоспособности товара. Сходства и различия понятий «качество товаров» и «конкурентоспособность товаров». Основное условие обеспечения конкурентоспособности товаров. Конкурентоспособность товаров как инструмент для получения прибыли субъектами хозяйствования.

Факторы конкурентоспособности товаров: времени, качества, масштаба, новизны, ценообразования, рыночный. Понятие критерия конкурентоспособности товаров. Классификация критериев конкурентоспособности товаров по назначению, количеству учитываемых характеристик. Характеристика основных критериев конкурентоспособности товаров: цена, качество, безопасности, подлинности, социальной адресности, информативности, потребительской новизны.

Качество как критерий конкурентоспособности товаров. Эволюция понятия «качество». Управление качеством товаров. Спираль качества, цикл PDCA. Модель профилей качества Н. Кано: базовый, требуемый, желаемый профиль.

Взаимосвязь категорий «конкурентоспособность», «конкурентное преимущество», «ценность», «престижность». Понятие конкурентного преимущества. Конкурентные преимущества товаров: внутренние и внешние. Теория конкурентных преимуществ Майкла Портера. Модель 5 сил конкуренции М. Портера. Сущность понятия «ценность». Этапы превращения ценности в определенный вид эффекта. Потребительская ценность товара. Понятие и специфика престижных товаров. Конкурентоспособность бренда.

Тема 4. Исследование и обеспечение конкурентоспособности товаров

Комплексный подход к изучению и обеспечению конкурентоспособности товаров. Конкурентоспособность товаров на различных стадиях их жизненного цикла. Сегментация рынка и

позиционирование товаров.

Разработка товаров и товарная политика. Классификация товаров по назначению, на основе покупательских привычек. Три уровня товара по Котлеру. Цели и составляющие элементы товарной политики. Концепция разработки новых товаров. Виды новых товаров. Этапы создания новых товаров. Причины неудач новых товаров. Решения относительно дизайна, упаковки и маркировки товаров. Товарный знак и его применение.

Роль технического обслуживания в обеспечении конкурентоспособности товаров. До- и послепродажное обслуживание. Гарантийный и послегарантийный сервис. Лицензионное обслуживание.

Роль ценовой политики в обеспечении конкурентоспособности товаров. Методы установления цен на товары. Методы ценовой тактики. Модификация цен для стимулирования сбыта. Ценовая дискриминация. Ценовые стимулы и конкурентные задачи.

Общая характеристика системы обеспечения конкурентоспособности товаров. Принципы системы обеспечения конкурентоспособности товаров. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности товаров. Модели рыночной адекватности продукта.

Роль стандартизации и сертификации в управлении качеством и обеспечении конкурентоспособности товаров. Сертификация: сущность, уровни и виды. Стандартизация: роль в обеспечении качества и конкурентоспособности товаров, виды и особенности технических нормативных правовых актов. Оценка и подтверждение соответствия товаров как условие обеспечения качества и конкурентоспособности товаров.

Тема 5. Методологические основы оценки конкурентоспособности товаров

Понятие и цель оценки конкурентоспособности товаров. Объекты и субъекты оценки конкурентоспособности товаров. Принципы оценки конкурентоспособности товаров. Характеристика основных этапов конкурентоспособности товаров.

Измеримые и неизмеримые показатели конкурентоспособности товаров. Методы определения измеримых и неизмеримых показателей конкурентоспособности товаров: измерительный, расчетный, регистрационный, органолептический, экспертный, социологический и комбинированный. Методика анализа потребительских характеристик товаров. Методика анализа ценовой чувствительности потребителей.

Классификация показателей конкурентоспособности товаров. Интегральный показатель конкурентоспособности товаров.

Определение и классификация методов оценки конкурентоспособности товаров: смешанный, матричные методы, на основе опроса потребителей. Смешанный метод оценки конкурентоспособности товаров: определение единичных, группового и интегрального показателей конкурентоспособности товаров. Матричные методы оценки конкурентоспособности товаров:

матрица роста – рыночной доли, матрица направленной политики, матрица привлекательности отрасли – положения на рынке и др. Экспертная оценка конкурентоспособности товаров.

Тема 6. Конкурентоспособность товаров на мировых рынках

Мотивы выхода производителей на мировые рынки. Особенности управления конкурентоспособностью товаров на мировых товарных рынках. Роль конкурсов в управлении конкурентоспособностью товаров. Национальные и международные премии за достижения в области качества.

Типовые стратегии, направленные на создание конкурентного преимущества. Оценка конкурентоспособности экспортного товара. Анализ рыночных возможностей и резервы повышения конкурентоспособности товаров на мировых рынках.

Мировой опыт формирования и развития конкурентоспособных кластеров. Основные отраслевые направления кластеризации по странам.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

« Конкурентоспособность товаров»

Специальность 1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров»

(дневная форма получения образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Инос	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	Теоретические основы конкуренции на товарных рынках	6	-	4	-	-	-	[1-2, 9-23]	Опрос, дискуссия, разбор документации, тест
2	Исследование состояния конкурентной среды на товарном рынке	2	-	4	-	-	-	[9-23]	Устный опрос, дискуссия, эссе
3	Конкурентоспособность товаров как критерий развития субъекта хозяйствования	4	-	6	-	-	-	[3-7, 9-16, 19]	Опрос, дискуссия, тест
4	Исследование и обеспечение конкурентоспособности товаров	6	-	8	-	-	-	[4-7, 9-15, 19]	опрос, метод анализа конкретных ситуаций, разбор документации
5	Методологические основы оценки конкурентоспособности товаров	4	-	4	-	-	-	[1-2, 9-16, 22-23]	Опрос, контрольный тест
6	Конкурентоспособность товаров на мировых рынках	4	-	2	-	-	-	[21, 10, 23]	Опрос, дискуссия, рефераты
	Итого:	26	-	28	-	-	-		Зачет

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Конкурентоспособность товаров»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Самостоятельная работа студентов предусматривает следующее:

- ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине, изучение и подбор необходимой основной и дополнительной литературы;
- проработку обзорного лекционного материала и рекомендованной преподавателем специальной литературы;
- подготовку к практическим занятиям с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовку к выполнению диагностических форм контроля (тесты, письменные контрольные работы, опросы, собеседование и защита выполненных на практических занятиях заданий, рефераты);
- подготовку к зачету.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Нормативные и законодательные акты

1 Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» от 8 января 2018 г. № 98-3 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 02.02.2018, 2/2536) – новая редакция <Н11800098>

2 О совершенствовании организации проведения работ по обеспечению повышения качества и конкурентоспособности продукции и услуг: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 31.08.2006 № 1102; изменения и дополнения: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17.06.2013 № 493 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 145. – 5/22824.

3 О повышении конкурентоспособности продукции отечественного производства (работ, услуг) и об усилении ответственности изготовителей, поставщиков и продавцов за качество продукции (работ, услуг): Указ Президента Республики Беларусь от 20.05.1998 № 268; изменения и дополнения: Указ Президента Республики Беларусь от 21 июня 2012 г. № 284 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2012. – № 72. – 1/13579.

4 О защите прав потребителей: Закон Респ. Беларусь от 09.01. 2002 г. №90-3 (в ред. от 13 июня 2018 г. № 111-3 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 22.06.2018, 2/2549) <Н11800111>) [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10200090>.

5 О некоторых мерах по повышению ответственности за качество отечественных товаров: Указ Президента Республики Беларусь от 27.03.2008 № 186 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2008. – № 80. – 1/9578.

6 О качестве технически сложных товаров: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 14.06.2014 № 578 // Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=C21400578>.

7 О качестве и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов для жизни и здоровья человека: Закон Респ. Беларусь от 29 июня 2003 года (ред. от 04.01.2014).

8 Указ Президента Республики Беларусь от 1 сентября 2010 г. №450 «О лицензировании отдельных видов деятельности» (ред. от 20.10.2016).

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

9 Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 193 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

10 Конкурентоспособность предприятия (фирмы): учеб. пособие / [А.К.Александров и др.]; под общ. ред. В.М. Круглика. – 2-е изд. - Минск: Новое знание; М.: ИНФРА-М, 2015. – 284 с.

11 Немогай, Н.В. Конкурентоспособность предприятия: учебник/ Н.В. Немогай, Н.В. Бонцевич. – Минск: РИВШ, 2019. – 522 с.

Дополнительная:

12 Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник для бакалавров / И. М. Лифиц. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 437 с. — Серия : Бакалавр. Углубленный курс.

13 Афонин, А.М. Пути повышения конкурентоспособности фирмы в условиях кризиса : учеб. пособие / А.М.Афонин, Е.Д.Ицаков. – М.: Проспект, 2016. — 198 с.

14 Конкурентоспособность организации : практикум / С.О. Белова [и др.]. – Минск: БГЭУ, 2018. – 199 с.

15 Квасникова, В. В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум: Учебное пособие / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. - Минск: Новое знание; М.: ИНФРА-М, 2015 . –183 с.

16 Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. / М.Портер. – М.: Альпина, 2015. – 453 с.

17 Криворотов, В.В. Конкурентоспособность предприятия и производственных систем: учеб. пособие / В.В.Криворотов, А.В.Калина, С.Е. Ерыпалов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 351 с.

18 Свирейко, Н.Е. Конкурентоспособность продовольственных товаров: практикум / Н.Е. Свирейко. – Минск: РИВШ, 2015. – 84 с.

19 Михеева, Е.Н. Управление качеством: учебник / Е.Н. Михеева. -- М.: Дашков и К, 2015. – 531 с.

20 Портер, М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М.Портер. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 716 с.

21 Фляйшер, К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе / К. Фляйшер, Б.Бенсуссан. – м.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015. – 541 с.

22 Истомина, Л.А. Кластеры и кластерная политика: генезис, эволюция, инструменты / Л.А. Истомина. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ced.by/ru/publication/books/~shownews/klastery-i-klasternaja-politika>. Дата доступа: 10.03.2020.

23 Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учеб. пособие / В.В. Царев, Л.А. Кантарович, В.В.Черныш.- М.: ЮНИТИ-ДАНА,2015 . – 799 с.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ ФОРМ ДИАГНОСТИКИ

Устная форма диагностики:

1. Собеседования.
2. Доклады на семинарских занятиях.
3. Доклады на конференциях.
4. Устные зачеты.
5. Устные экзамены.
6. Оценивание на основе деловой игры.

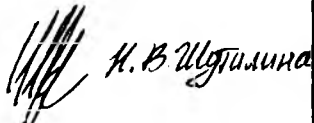
Письменная форма диагностики:

1. Тесты.
2. Контрольные опросы.
3. Контрольные работы.
4. Письменные отчеты по аудиторным (домашним) практическим упражнениям.
5. Рефераты.
6. Отчеты по научно-исследовательской работе.
7. Письменные зачеты.
8. Письменные экзамены.
9. Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
10. Оценивание на основе деловой игры.

Устно-письменная форма диагностики:

1. Отчеты по аудиторным практическим упражнениям с их устной защитой.
2. Отчеты по домашним практическим упражнениям с их устной защитой.
3. Зачеты.
4. Экзамены.
5. Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
6. Оценивание на основе деловой игры.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Безопасность непродовольственных товаров	Товароведения непродовольственных товаров	Нет 	Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики торговли и услуг (протокол № 8 от 13.03.2020 г.)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 202_/202_ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1		

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики торговли и услуг (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой
канд. экон. наук, доцент _____

И.М. Микулич

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета
канд. экон. наук, доцент _____

А.И. Ерчак