


Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Анализ деятельности конкурентов»

по направлению 38.03.02. «Менеджмент» «Стратегическое планирование и маркетинг» (бакалавриат)

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины:

Подготовить высококвалифицированных специалистов широкого профиля, умеющих анализировать деятельность конкурентов на основе применения современных подходов и технологий.

Цель курса - сформировать у студентов современное, систематизированное и целостное представление о деятельности конкурентов, ее анализе и применении результатов при разработке стратегии.


Задачи освоения дисциплины:

- - ознакомить студентов с основными понятиями в области конкурентоспособности, ее видами;
- - рассмотреть современную концепцию конкурентоспособности;
- - изучить принципы анализа деятельности конкурирующих организаций;
- - изучить закономерности функционирования конкурентного рынка и маркетинговых средств воздействия на него
- - изучить методологию и основные методы проведения маркетинговых исследований в области конкурентного анализа рынка;
- - изучить методы выявления конкурентов на рынке, оценки их роли, статуса и позиций в конкурентной структуре рынка;
- - изучить методы и технологии определения конкурентных преимуществ/недостатков фирм на рынке, оценки конкурентоспособности фирмы и товаров, разработки конкурентной карты рынка;
- - научиться определять степень финансовой устойчивости предприятия и его деловой активности, эффективность предпринимательской деятельности;
- - научиться разрабатывать конкурентные стратегии развития предприятия и тактики его рыночного поведения в конкурентной среде.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Б1.В.1.ДВ.09.01 «Анализ деятельности конкурентов» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части Блока Б1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), устанавливаемой вузом. Данная дисциплина позволяет сформировать у студентов современное, систематизированное и целостное представление о деятельности конкурентов, ее анализе и применении результатов при разработке стратегии. Дисциплина читается в 4-ом семестре 2-ого курса студентам очной формы обучения и основывается на входных знаниях студента, полученных в результате изучения дисциплин:

Очная форма Экономическая теория (ПК-9), Государственное регулирование экономики (ПК-3), Методология и практика социологических исследований в менеджменте (ПК-9), Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков. (ПК-9), Маркетинг (ПК-3), (ПК-9), Поведение

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

потребителей (ПК-9)/ Психология маркетинга (ПК-9).

Заочная форма – Экономическая теория (ПК-9), Государственное регулирование экономики (ПК-3), Методология и практика социологических исследований в менеджменте (ПК-9), Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков. (ПК-9), Маркетинг (ПК-3), (ПК-9).

Дисциплина изучается в одном семестре с дисциплинами:

Очная форма Мировая экономика и международные экономические отношения (ПК-9)

Заочная форма Поведение потребителей (ПК-9)/Психология маркетинга (ПК-9), Мировая экономика и международные экономические отношения (ПК-9) Стратегический менеджмент (ПК-3).

Результаты освоения дисциплины будут необходимы для дальнейшего процесса обучения в рамках поэтапного формирования компетенций при изучении следующих специальных дисциплин, практик и государственной итоговой аттестации:


Очная форма Стратегический менеджмент (ПК-3), Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. (ПК-3), (ПК-9), Налоговые расчёты и оптимизация налогообложения (ПК-9), Риск- менеджмент (ПК-9), Маркетинговые исследования/ Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (ПК-3, ПК-9) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (ПК-3), (ПК-9), Преддипломная практика (ПК-3), Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты (ПК-3).

Заочная форма Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. (ПК-3), (ПК-9), Налоговые расчёты и оптимизация налогообложения (ПК-9), Риск-менеджмент (ПК-9), Маркетинговые исследования/ Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (ПК-3, ПК-9) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (ПК-3), (ПК-9), Преддипломная практика (ПК-3), Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты (ПК-3).

3. Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-3 владеть навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать: <ul style="list-style-type: none"> – закономерности функционирования конкурентного рынка и маркетинговых средств воздействия на него; – роль и место конкурентного анализа в системе стратегического маркетинга предприятия; Уметь: <ul style="list-style-type: none"> – применять современные методы выявления конкурентов на рынке, оценки их роли, статуса и позиций в конкурентной структуре рынка; – применять основные методы проведения маркетинговых исследований в области конкурентного анализа рынка на практике; Владеть: <ul style="list-style-type: none"> – - навыками разработки конкурентных стратегий развития предприятия и тактики его рыночного поведения в конкурентной среде и управления проектами, а также оценки эффективности данной деятельности;
ПК-9 способность оценивать воздействие	Знать: <ul style="list-style-type: none"> – методологию и основные методы проведения маркетинговых исследований в области конкурентного

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

<p>макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей</p>	<p>анализа рынка;</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы выявления конкурентов на рынке, оценки их роли, статуса и позиций в конкурентной структуре рынка; – методы и технологии определения конкурентных преимуществ/недостатков фирм на рынке, оценки конкурентоспособности фирмы и товаров, разработки конкурентной карты рынка; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать деятельность конкурентов; – анализировать рыночную ситуацию, обеспечивать конкурентоспособность продвигаемых товаров и услуг; – разбираться в аналитических материалах участников рыночных отношений: собственников, кредиторов, поставщиков и покупателей; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – - навыками проведения маркетинговых исследований в области продуктового, ценового, сбытового и коммуникационного конкурентного анализа.
---	--

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет **3** зачетных единицы (**108** часов).

5. Образовательные технологии

В ходе изучения дисциплины используются как традиционные методы и формы обучения (лекции, в т.ч. с элементами проблемного изложения, практические занятия, самостоятельная работа), так и интерактивные формы проведения занятий (дискуссии, деловые игры, решение ситуационных задач и др.).

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа, сопряженная с основными аудиторными занятиями (проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины); подготовка к тестированию; самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций, творческих контактов, сдаче экзамена; внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении студентом домашних заданий учебного и творческого характера.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены виды текущего контроля: тестирование, устный опрос на семинарском занятии, деловая игра.

Промежуточная аттестация проводится в форме: **зачет**.