

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:

- - 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;
- - научиться разрабатывать конкурентные стратегии развития предприятия и тактики его рыночного поведения в конкурентной среде.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

«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 «Маркетинг», «Экономическая теория».

Результаты освоения дисциплины будут необходимы для дальнейшего процесса обучения в рамках поэтапного формирования компетенций при изучении следующих специальных дисциплин:

- «Маркетинговые исследования»;
- «Стратегический менеджмент»;

а также для прохождения учебных и производственных практик, включая проектную деятельность, государственной итоговой аттестации.

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

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
<p>ПК-3 владеть навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>	<p>Знать:</p> <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; <p>Уметь:</p> <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; <p>Владеть:</p> <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;
<p>ПК-9 способность оценивать воздействие 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>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методологию и основные методы проведения маркетинговых исследований в области конкурентного анализа рынка; – 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.

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

--	--

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: **экзамен**.