

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление конкурентоспособностью»

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 на основе применения современных подходов и технологий, управлять конкурентоспособностью предприятий.

Цель курса - сформировать у студентов целостной системы экономического мышления и знаний в области эффективного управления конкурентоспособностью организации в условиях рыночной экономики, позволяющего достичь поставленных целей в определенные сроки с учетом использования доступных ресурсов.

Задачи освоения дисциплины:

- - ознакомить студентов с основными понятиями в области конкурентоспособности, ее видами;
- - рассмотреть современную концепцию конкурентоспособности;
- - изучить сущность и формы конкуренции, базовых конкурентных стратегий, выявление приоритетных направлений международной конкуренции;
- - сформировать практические навыки анализа конкурентной среды в отрасли как информационной составляющей для повышения конкурентоспособности организации;
- - изучить сущность, принципов, методов оценки и управления конкурентоспособностью организации, а также конкурентоспособностью товара (как внутреннего фактора конкурентного преимущества), конкурентоспособностью отрасли, региона, страны (как внешних факторов конкурентного преимущества организации);
- - исследовать и систематизировать факторы, определяющие конкурентоспособность организации, в том числе на перспективу, выявление определяющих факторов конкурентоспособности на международных рынках;
- - уметь анализировать внешнюю и внутреннюю конкурентоспособность национальной экономики.
-

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

«Управление конкурентоспособностью» 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

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

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.

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 | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные понятия в области конкурентоспособности, ее виды; • современную концепцию конкурентоспособности; • сущность и формы конкуренции, базовых конкурентных стратегий, выявление приоритетных направлений международной конкуренции; • сущность принципов, методов оценки и управления конкурентоспособностью организации, а также конкурентоспособностью товара (как внутреннего фактора конкурентного преимущества), конкурентоспособностью отрасли, региона, страны (как внешних факторов конкурентного преимущества организации); <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать внешнюю и внутреннюю конкурентоспособность национальной экономики • разбираться в аналитических материалах участников рыночных отношений: собственников, кредиторов, поставщиков и покупателей; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками определения конкурентных преимуществ предприятия и его деловой активности, эффективности предпринимательской деятельности; • 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 | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • факторы, определяющие конкурентоспособность |

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

| | |
|---|---|
| <p>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>организации, в том числе на перспективу, выявление определяющих факторов конкурентоспособности на международных рынках;</p> <ul style="list-style-type: none"> • закономерности воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций • методы выявления конкурентов на рынке, оценки их роли, статуса и позиций в конкурентной структуре рынка; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать конкурентную среду в отрасли как информационную составляющую для повышения конкурентоспособности организации; • анализировать рыночную ситуацию, обеспечивать конкурентоспособность продвигаемых товаров и услуг; • анализировать поведение потребителей; • использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач; <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; • - навыками проведения маркетинговых исследований в конкурентоспособности предприятия. |
|---|---|

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**.