

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**



**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова»**

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий кафедрой

*Горбунов С.И.* /Горбунов С.И./

«    »      2013 г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан факультета

*Дудникова Е.Б.* /Дудникова Е.Б./

«    »      2013 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТОВАРА**

Дисциплина

Направление подготовки **080200.62 Менеджмент**

Профиль подготовки **Производственный менеджмент (пищевой промышленности)**

Квалификация (степень) выпускника **Бакалавр**

Нормативный срок обучения **4 года**

Форма обучения **Очная**

	Всего	Количество часов							
		в т.ч. по семестрам							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕТ	3						3		
Общее количество часов	108						108		
Аудиторная работа – всего, в т.ч.:	54						54		
лекции	18						18		
лабораторные	X						X		
практические	36						36		
Самостоятельная работа	54						54		
Количество рубежных контролей	3						3		
Форма итогового контроля	x						Э		
Курсовой проект (работа)	x						x		

**Разработчик: ассистент, Рябова А.И.**

*Рябова А.И.*  
(подпись)

**Саратов 2013**

### **1. Цель освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов навыков в принятии управленческих решений, позволяющих повысить конкурентоспособность товара.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО**

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент дисциплина «Управление конкурентоспособностью товара» относится к части дисциплины по выбору студента профессионального цикла.

Дисциплина базируется на знаниях, имеющихся у студентов при получении знаний по дисциплинам «Экономика предприятия (АПК)», «Стратегический менеджмент».

Для качественного усвоения дисциплины студент должен:

- знать: основные теоретические положения экономики предприятий, теорию менеджмента, маркетинг, этапы маркетинговых исследований.
- уметь: проводить анализ рынка.

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью товара» является базовой изучения дисциплины «Маркетинговые исследования».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в процессе изучения дисциплины**

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью товара» направлена на формирование у студентов профессиональной компетенции: знанием современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности (ПК-23).

В результате освоения дисциплины студент должен:

- *Знать*: основные понятия конкуренции, факторы, оказывающие влияние на уровень конкурентоспособности, пути повышения уровня конкурентоспособности товара, методы анализа (SWOT, бенчмаркинг, метод построения конкурентной карты рынка и др.), методики оценки конкурентоспособности товара.

- *Уметь*: оценивать конкурентоспособность товара, разрабатывать системы мероприятий по повышению конкурентоспособности, анализировать конкурентную среду.

- *Владеть*: специальной экономической терминологией по управлению конкурентоспособностью, навыками самостоятельного поиска информации по данной проблематике; методиками оценки конкурентоспособности товара, анализа конкурентной среды, методами выбора эффективных мер по повышению конкурентоспособности товара.

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 108 часов, из них аудиторная работа – 54 ч., самостоятельная работа – 54 ч.

Таблица 1

Структура и содержание дисциплины «Управление конкурентоспособностью товара»

№ п/п	Тема занятия. Содержание	Неделя семестра	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Контроль знаний		
			Вид занятия	Форма проведения	Количество часов		Количество часов	Вид	Форма
	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6 семестр									
1.	<b>Общетеоретические сведения об управлении конкурентоспособностью товара.</b> Понятие и функции конкуренции на рынке. Классификация конкуренции.	1	Л	Т	2		ВК	ПО	5
2.	<b>Конкурентоспособность как экономическая категория.</b> Конкурентные преимущества товаров. Иерархия конкурентоспособности объектов	1	ПЗ	МК	2	2	ТК	УО	
3.	<b>Конкурентоспособность как экономическая категория.</b> Конкурентные преимущества предприятия. Эволюция концепции конкурентоспособности.	2	ПЗ	МК	2	2	ТК	УО	
4.	<b>Механизм управления конкурентоспособностью товара.</b> Система управления конкурентоспособностью товара. Научные подходы к формированию механизма конкурентоспособности. Критерии конкурентоспособности.	3	Л	Т	2			КЛ	
5.	<b>Подходы к управлению конкурентоспособностью товара.</b> Определение конкурентных преимуществ непродовольственных товаров	3	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО	
6.	<b>Подходы к управлению конкурентоспособностью товара.</b> Определение конкурентных преимуществ продовольственных товаров.	4	ПЗ	МК	2	2	ТК	ПО	
7.	<b>Иерархическая структура конкурентоспособности.</b> Уровни изучения конкурентоспособности. Теоретические положения конкурентоспособности на уровне предприятия.	5	Л	Т	2			КЛ	
8.	<b>Проведение SWOT-анализа предприятия.</b> Стратегии охвата рынков.	5	ПЗ	Т	2	2	ТК	ПО	

	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
9.	<b>Проведение SWOT-анализа предприятия.</b> Методы оценки конкурентоспособности предприятия. Определение конкурентных преимуществ. SWOT-анализ.	6	ПЗ	МК	2	3		РК	УО	8
10.	<b>Критерии конкурентоспособности товаров и услуг.</b> Уровень качества и его стабильность. Социальная адресность. Подлинность товара и безопасность товара.	7	Л	Т	2				КЛ	
11.	<b>Факторы конкурентоспособности товаров.</b> Определение уровня качества товаров. Борьба с копированием брендов. Оценка рыночной новизны товаров.	7	ПЗ	Т	2	2		ТК	УО	
12.	<b>Факторы конкурентоспособности товаров.</b> Определение уровня качества товаров.	8	ПЗ	Т	2	3		ТК	Т	
13.	<b>Критерии конкурентоспособности товаров и услуг.</b> Потребительская новизна. Имидж и репутация. Ложные и символически конкурентные преимущества.	9	Л	Т	2				КЛ	
14.	<b>Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров.</b> Оценка уровня конкурентоспособности товара.	9	ПЗ	Т	2	2		ТК	УО	
15.	<b>Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров.</b> Оценка потребительской привлекательности товара.	10	ПЗ	Т	2	2		ТК	УО	
16.	<b>Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров.</b> Основные виды макроэкономических факторов конкурентоспособности товаров. Правило ромба Портера .	11	Л	Т	2				КЛ	
17.	<b>Оценка привлекательности рынка по модели пяти сил конкуренции Портера.</b> Модель пяти сил Портера.	11	ПЗ	Т	2	3		ТК	УО	
18.	<b>Оценка привлекательности рынка по модели пяти сил конкуренции Портера</b> Оценка веса и силы факторов конкуренции методом экспертных оценок и расчет степени влияния сил конкуренции.	12	ПЗ	ДИ	2	3		РК	УО	9
19.	<b>Мезоэкономические (отраслевые) факторы конкурентоспособности товаров.</b> Принципы анализа конкурентоспособности отрасли. Выявление лидирующих фирм на рынках.	13	Л	Т	2				КЛ	
20.	<b>Оценка тесноты связи показателей конкурентоспособности товара.</b> Оценка патентной защиты сложотехнического изделия. Оценка тесноты связи показателей конкурентоспособности товара.	13	ПЗ	Т	2	2				
21.	<b>Оценка тесноты связи показателей конкурентоспособности товара.</b> Оценка привлекательности отраслевого рынка	14	ПЗ	Т	2	3		ТК	ПО	9
22.	<b>Микроэкономические факторы конкурентоспособности товаров.</b> Производственные и рыночные факторы конкурентоспособности. Сбытовые и сервисные факторы конкурентоспособности.	15	Л	Т	2				КЛ	

	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23.	<b>Оценка уровня использования маркетингового потенциала.</b> Маркетинговый потенциал. Методы оценки.	16	ПЗ	МК	2	2	ТК	УО	
24.	<b>Оценка уровня использования маркетингового потенциала.</b>	16	ПЗ	Т	2	3	ТК	УО	
25.	<b>Методы оценки конкурентоспособности товара.</b> Методические основы оценки конкурентоспособности. Методы оценки конкурентоспособности товара. Принципы оценки конкурентоспособности объектов.	17	Л	Т	2			КЛ	
26.	<b>Прогнозирование, стимулирование повышения уровня конкурентоспособности товаров.</b>	17	ПЗ	Т	2	4	ТК	Т	
27.	<b>Итоговое занятие. Управление конкурентоспособностью товара: основные направления.</b>	18	ПЗ	ПК	2	5 7	РК ТР	УО Р	8 8
	<b>Выходной контроль</b>						Вы хК	Э	16
<b>Итого:</b>					54	54			54

**Примечание:**

Условные обозначения:

**Виды аудиторной работы:** Л – лекция, ПЗ – практическое занятие.

**Формы проведения занятий:** ПК – лекция-пресс-конференция (занятие пресс-конференция), Т – лекция/занятие, проводимое в традиционной форме, ДИ – деловая игра, МК – метод кейсов.

**Виды контроля:** ВК – входной контроль, ТК – текущий контроль, РК – рубежный контроль, ТР – творческий рейтинг, ВыхК – выходной контроль.

**Форма контроля:** УО – устный опрос, ПО – письменный опрос, Т – тестирование, КЛ – конспект лекции, Р – реферат, Э – экзамен.

## 5. Образовательные технологии

Для успешной реализации образовательного процесса по дисциплине «Управление конкурентоспособностью товара» и повышения его эффективности используются как традиционные педагогические технологии, так и методы активного обучения: занятие пресс-конференция, метод кейсов, деловая игра.

Удельный вес занятий, проводимых с использованием активных и интерактивных методов обучения, в целом по дисциплине составляет не менее 25,9 % аудиторных занятий.

## 6. Оценочные средства для проведения входного, рубежного и выходного контролей

### Вопросы входного контроля

1. Экономические (вмененные) издержки: понятие и виды.
2. Классификация товаров в зависимости от продолжительности использования и материальности.
3. Товары-субституты и комплиментарные товары: понятие и примеры.

4. Товары повседневного спроса: группы товаров и примеры.
5. Товары предварительного спроса: группы товаров и примеры.
6. Позиционирование товара на рынке: понятие и цели.
7. Понятие товарного ассортимента и товарной номенклатуры.
8. Этапы процесса решения о покупке потребителем.
9. Понятие «товар». Свойства товара.

## Вопросы рубежного контроля № 1

### *Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях*

1. Определение понятия «конкуренция».
2. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные функции конкуренции на рынке.
3. Дайте краткую характеристику методов конкуренции.
4. Виды конкуренции по степени интенсивности и по формам удовлетворения потребностей.
5. Четыре направления конкуренции по Ф. Котлеру.
6. Характеристика совершенной конкуренции.
7. Характеристика несовершенной конкуренции.
8. Основные черты монополистической конкуренции:
9. Определение понятия «управление конкурентоспособностью». Изобразите структурную схему системы управления конкурентоспособностью.
10. Основные цели управления. Классы целей управления конкурентоспособностью товара.
11. Критерий конкурентоспособности: понятие и его отличие от факторов конкурентоспособности.
12. Научные подходы к формированию механизма конкурентоспособности.
13. Понятие уровень качества продукции. Признаки классификации показателей качества.

### *Вопросы для самостоятельного изучения*

1. Анализ формирования категории «конкурентоспособность» как фактора рыночного превосходства объектов.
2. Конкурентоспособность и качество товаров и услуг: два уровня управления.
3. Матрица Бостонской консалтинговой группы.
4. Метод МакКинзи в оценке конкурентоспособности организации.
5. СТЕР-анализ.
6. Метод бенчмаркинг.
7. Метод конкурентной разведки.
8. Структурные компоненты внешней и внутренней среды предприятия;
9. Возможности и угрозы предприятия;

10. Сильные и слабые стороны предприятия.
11. Наступательные и оборонительные стратегии.
12. Оценка эффективности конкурентных стратегий.
13. Классификация конкурентных стратегий.
14. Факторы конкурентоспособности отрасли.
15. Факторы конкурентоспособности продукции.
16. Стратегии охвата рынка

## **Вопросы рубежного контроля № 2**

### *Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях*

1. Содержание понятия «социальная адресность» продукции.
2. Роль служб маркетинга в создании новых товаров.
3. Факторы, которые определяют имидж товара (услуги).
4. Основные виды фальсификации товара.
5. Подделка текстовых и графических элементов бренда.
6. Классификация потребительских показателей качества товаров.
7. Обязательные и альтернативные показатели качества товара.
8. Содержание понятия «Копирование бренда». Основные правила, препятствующие копированию бренда.
9. Оценочные критерии безопасности товаров.
10. Дайте определения «усовершенствованный товар» и «модифицированный товар». Виды новых товаров.
11. Коэффициенты преємственности элементов продукции во времени и в объёме.
12. Критерии оценки рыночной новизны товара.
13. Содержание понятий «брендинг» и «бренд-имидж».
14. Товары-носители ложных конкурентных преимуществ.
15. Символические конкурентные преимущества
16. Краткая характеристика основных методов ценообразования.
17. Конкурентные стратеги при изменении качества и цены (по Томсону А.А.).
18. Содержание понятия «цена потребления»
19. Примеры товаров, по которым текущие затраты можно представить в виде «черного ящика».
20. Понятие «основные факторы».
21. Основные силы, управляющие конкуренцией в отрасли.
22. Приведите пример использования развитых факторов для обеспечения лидерства в производстве отдельных товаров.

### *Вопросы для самостоятельного изучения*

1. Бренд-стратегия: этапы её формирования и влияние на конкурентоспособность товара.

2. Корпоративный стиль: понятие и основные составляющие. Примеры предприятий успешно использующих корпоративный стиль (2-3 примера с указанием элементов корпоративного стиля).
3. Предприятия лидеры и аутсайдеры: понятие и краткая характеристика.
4. Конкурентная карта рынка.
5. Критерии, отнесения предприятий к аутсайдерам, к лидерам.

### **Вопросы рубежного контроля № 3**

#### *Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях*

1. Приведите примеры связи макро- и микроэкономических факторов.
2. Содержание понятия рыночные факторы. Приведите перечень рыночных факторов и примеры их количественной оценки.
3. Приведите перечень сбытовых факторов.
4. Примеры влияния сбытовых факторов на качество и цену потребления.
5. Сервисные факторы, действующие на стадиях пред- и послепродажного обслуживания.
6. Приведите примеры взаимосвязи сбытовых и сервисных факторов.
7. Понятие мерчандайзинга и его влияние на конкурентоспособность товара.
8. Основные этапы оценки конкурентоспособности объектов (предприятия, товара и др.).
9. Этапы процесса управления конкурентоспособностью объекта.
10. Общие и специфические функции управления конкурентоспособностью объектов.
11. Раскройте область применения различных методов конкурентоспособности товаров.
12. Особенности методики оценки по системе 11111-55555.
13. Суть экспертной оценки конкурентоспособности товаров.
14. Особенности оценки конкурентоспособности однопараметрического товара.
15. Содержание матрицы Нильсена.
16. Порядок проведения экспертной оценки конкурентоспособности товара.
17. Этапы оценки конкурентоспособности товаров на стадии проектирования новой продукции.
18. Приведите примеры общих и специализированных факторов конкурентоспособности.
19. Назовите четыре стороны конкурентного ромба.
20. Модель пяти сил Портера.

#### *Вопросы для самостоятельного изучения*

1. Прогнозирование конкурентоспособности продукции.

2. Учёт факторов риска внешней среды при прогнозировании конкурентоспособности продукции
3. Планирование повышения уровня конкурентоспособности продукции.
4. Стимулирование повышения конкурентоспособности продукции.
5. Методы формирования цен на товар
6. Требования к качеству товаров в законе РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».
7. Основные положения закона РФ от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».

### **Вопросы выходного контроля**

1. Виды конкуренции по степени интенсивности и по формам удовлетворения потребностей.
2. Классификация потребительских показателей качества товаров.
3. Конкурентная карта рынка.
4. Конкурентные стратегии при изменении качества и цены (по Томсону А.А.):
5. Корпоративный стиль: понятие и основные составляющие. Примеры предприятий успешно использующих корпоративный стиль (2-3 примера с указанием элементов корпоративного стиля).
6. Коэффициенты преемственности элементов продукции во времени и в объёме.
7. Краткая характеристика методов конкуренции.
8. Краткая характеристика основных методов ценообразования.
9. Критерии оценки рыночной новизны товара.
10. Критерии, отнесения предприятий к аутсайдерам, к лидерам.
11. Методы формирования цен на товар
12. Научные подходы к формированию механизма конкурентоспособности.
13. Общие и специфические функции управления конкурентоспособностью объектов.
14. Обязательные и альтернативные показатели качества товара.
15. Определение понятия «конкуренция». Функции конкуренции на рынке.
16. Определение понятия «управление конкурентоспособностью». Структурная схема системы управления конкурентоспособностью.
17. Основные виды фальсификации товара. Подделка элементов бренда.
18. Основные положения закона РФ от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».
19. Основные правила, препятствующие копированию бренда.
20. Основные силы, управляющие конкуренцией в отрасли.
21. Основные этапы оценки конкурентоспособности объектов (предприятия, товара и др.).
22. Особенности методики оценки по системе 11111-55555. Содержание матрицы Нильсена.

23. Особенности оценки конкурентоспособности однопараметрического товара.
24. Оценочные критерии безопасности товаров.
25. Планирование повышения уровня конкурентоспособности продукции.
26. Понятие «основные факторы».
27. Понятие «цена потребления». Примеры товаров, по которым текущие затраты можно представить в виде «черного ящика».
28. Понятие мерчандайзинга и его влияние на конкурентоспособность товара.
29. Понятие уровень качества продукции. Признаки классификации показателей качества.
30. Порядок проведения экспертной оценки конкурентоспособности товара.
31. Правило ромба Портера.
32. Предприятия лидеры и аутсайдеры: понятие и краткая характеристика.
33. Примеры влияния сбытовых факторов на качество и цену потребления.
34. Прогнозирование конкурентоспособности продукции.
35. Раскройте область применения различных методов конкурентоспособности товаров.
36. Сервисные факторы, действующие на стадиях пред- и послепродажного обслуживания.
37. Символические конкурентные преимущества
38. Содержание понятий «брендинг» и «бренд-имидж».
39. Содержание понятия «социальная адресность» продукции.
40. Содержание понятия рыночные, сбытовые факторы. Приведите перечень рыночных факторов.
41. Стимулирование повышения конкурентоспособности продукции.
42. Суть экспертной оценки конкурентоспособности товаров.
43. Товары-носители ложных конкурентных преимуществ.
44. Требования к качеству товаров в законе РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».
45. Учёт факторов риска внешней среды при прогнозировании конкурентоспособности продукции
46. Факторы, которые определяют имидж товара (услуги).
47. Характеристика совершенной и несовершенной конкуренции.
48. Четыре направления конкуренции по Ф. Котлеру.
49. Этапы оценки конкурентоспособности товаров на стадии проектирования новой продукции.
50. Этапы процесса управления конкурентоспособностью объекта.

### **Темы рефератов**

1. Характеристика программы – конкурса «100 лучших товаров России».

2. Характеристика национальной программы – конкурса «Всероссийская марка (III тысячелетие)».
3. Характеристика конкурса «Народная марка».
4. Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции в России (на выбор: молочной, хлебобулочной, мясной продукции).
5. Конкурентоспособность отечественной овощной продукции.
6. Стратегический маркетинг в разработке стратегии повышения конкурентоспособности объекта.
7. Издержки производства продукции и производительность труда как факторы конкурентоспособности товаров.
8. Методы прогнозирования и оценки стратегической конкурентоспособности товаров.
9. Престижность товаров в системе оценки их конкурентоспособности.
10. Оценка отношения потребителей к товарным маркам и маркам обслуживания.
11. Знаки, информирующие о конкурентоспособности товаров.
12. Роль вступления России в ВТО в обеспечении конкурентоспособности отечественных товаров и услуг.
13. Производственные факторы конкурентоспособности товаров и услуг: состав, характеристика и влияние на конкурентоспособность.
14. Рыночные факторы конкурентоспособности товаров и услуг: состав, характеристика и влияние на конкурентоспособность.
15. Сбытовые факторы конкурентоспособности товаров и услуг: состав, характеристика и влияние на конкурентоспособность.
16. Сервисные факторы конкурентоспособности товаров и услуг: состав, характеристика и влияние на конкурентоспособность.
17. Концептуальные решения в планировании конкурентоспособности товаров.
18. Программно – целевое планирование и стратегия повышения конкурентоспособности товаров.
19. Системообразующие компоненты конкурентного потенциала товаров.

### **Темы курсовых работ**

*Не предусмотрено.*

### **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Дубровин, И.А.** Маркетинговые исследования: учебное пособие./ И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2009. - 276 с. - ISBN 978-5-394-00524-4

2. **Капон, Н.** Управление маркетингом: учебник для вузов. / Н. Капон, В. Колчанов, Д. Макхалберт. - СПб.: Питер, 2010. - 832 с. - ISBN 978-5-49807-068-1.

3. **Панкрухин, А.П.** Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для вузов, допущено МО РФ, для студентов вузов, по спец. «Маркетинг» / А. П. Панкрухин. - 6-е изд., стер. - Электрон. текстовые дан. - М.: Омега-Л, 2009. - 656 с. - ISBN 978-5-370-00969-3.

4. **Годин, А.М.** Маркетинг: учебник для студ. вузов по напр. подготовки «Экономика», «Менеджмент» и «Торговое дело» (квалификация - бакалавр); рек. МОН РФ / А.М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 656 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02253-1.

б) дополнительная литература

1. **Муромцев, Ю.Л.** Экономическая эффективность и конкурентоспособность: учебное пособие / Д.Ю. Муромцев, Ю.Л. Муромцев, В.М. Тютюнник, О.А. Белоусов, – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 96 с. – ISBN 978-5-8265-0642-4.

2. **Ильина, В.Н.** Конкуренция [Электронный ресурс]: учебное пособие./ В.Н. Ильина. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2008. - ISBN 978-5-904000-85-1

3. **Дубровин, И.А.** Маркетинговые исследования: учебное пособие./ И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2008. - 276 с. - ISBN 978-5-91131-309-8.

4. **Фатхутдинов, Р.А.** Управление конкурентоспособностью организации: учебник./ Р.А. Фатхутдинов, – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Эксмо, 2008. – 544 с. – ISBN 5-699-11080-1.

5. **Чайникова, Л.Н.** Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие./ Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников, – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с. – ISBN 5-8265-0568-0 (978-5-8265-0568-7).

6. **Широкова, Г.В.** Управление организационными изменениями./ Г.В. Широкова. – СПб.: Изд. Дом СПбГУ, 2005. – 432 с. - ISBN 5-288-03648-9.

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы, Агропоиск, полнотекстовая база данных иностранных журналов Doal, поисковые системы Rambler, Yandex, Google:

1. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 "О защите прав потребителей" с изм и дополнениями. / Справочная правовая система «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/files/popular/000037.zip>

2. ГОСТ Р 51305-99 «Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу». М.: Госстандарт России, 2003. Утверждён и введён в действие. Постановлением Госстандарта России от 11 августа 1999 г. № 244-ст/ Режим доступа: <http://www.gosthelp.ru/text/GOSTR5130599Roznichnayato.html>

3. **Дюков, И.И.** Управление конкурентоспособностью компании. Учебное пособие. / И.И. Дюков, – СПб: СПбГУ ИТМО, 2011. – 100с [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://books.ifmo.ru/file/pdf/841.pdf>
4. **Ильин, А.И.** Экономика предприятия. Краткий курс./ А.И. Ильин, Мн.: Новое знание, 2007. — 236 с. - ISBN: 978-985-475-432-7. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/econ/econ221.htm>
5. **Лифиц, И.М.** Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник./ И.М. Лифиц, - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: 2009. — 464 с. - ISBN 978-5-9692-0464-5 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/mark/mark052.htm>
6. **Мазилкина, Е.И.** Управление конкурентоспособностью./ Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина - М.: 2009. — 328 с. - ISBN 978-5-370-01233-4 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/manag/man197.htm>
7. **Фатхутдинов, Р.А.** Управление конкурентоспособностью организации: учебник. / Р.А. Фатхутдинов, - 2-е изд., испр. и доп. - М.: 2005. — 544 с. – ISBN 5-699-11080-1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/manag/man023.htm>
8. **Чайникова, Л.Н.** Конкурентоспособность предприятия./ Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников, - Тамбов: ТГТУ, 2007. — 192 с. — ISBN 5-8265-0568-0 (978-5-8265-0568-7). [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://dwl2.alleng.ru/d\\_ar/econ/econ096.zip](http://dwl2.alleng.ru/d_ar/econ/econ096.zip)
9. Конкурентоспособность товара. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C\\_%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B0](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C_%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B0)

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для проведения занятия используется следующее материально-техническое обеспечение: комплект мультимедийного оборудования.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ПрООп ВПО по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент.