

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое
частное образовательное учреждение высшего образования
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

Кафедра государственного и корпоративного управления

Рассмотрено и одобрено на заседании
кафедры Государственного и корпоративного
управления Академии ИМСИТ, протокол
№8 от 12 марта 2018 года, зав. кафедрой



С.А. Мусиенко



УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
Председатель ИМС,
проректор по учебной работе,
профессор

Н.Н. Павелко

Б1.В.09

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

по направлению подготовки
38.03.03 Управление персоналом
направленность (профиль) программы
«Управление персоналом организации»
Квалификация
Бакалавр

Краснодар
2018

<p>Цель и задачи изучения дисциплины:</p>	<p>Целью изучения дисциплины является освоение студентами теоретических и практических основ управления конкурентоспособностью предприятия.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование высокого уровня подготовки специалистов экономического профиля, умеющих анализировать маркетинговую ситуацию на рынке, конкурентоспособность рыночных товаров и услуг; – изучение критериев и факторов конкурентоспособности товаров, макро и микроэкономических условий их воздействие на конкурентные преимущества товаров, персонала и организаций в целом; – развитие способности экономического мышления по деятельности организаций в конкурентной рыночной среде; – формирование умений и навыков реализации решений по обеспечению конкурентоспособности товаров и услуг организации в условиях наличия на рынке товаров-аналогов и товаров-заменителей.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<p>Модуль 1. Теоретические основы конкурентоспособности</p> <p>Вводная лекция</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль конкуренции в развитии рыночной экономики 2. Иерархическая структура конкурентоспособности 3. Формирование и функционирование рынка 4. Конкурентные рынки и их структура 5. Конкурентная стратегия. Формирование конкурентной среды в регионе <p>Модуль 2 Инструменты управления конкурентоспособностью.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговые исследования 2. Управление товарным ассортиментом 3. Управление продвижением товара (услуг) 4. Управление распределением товара (услуг) <p>Заключительная лекция</p>
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</p>	<p>ПК-1 знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике</p> <p>ПК-14 владением навыками анализа экономических показателей деятельности организации и показателей по труду (в том числе производительности труда), а также навыками разработки и экономического обоснования мероприятий по их улучшению и умением применять их на практике</p> <p>ПК-16 владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике</p>

	ПК-26 знанием основ проведения аудита и контроллинга персонала и умением применять их на практике, владением важнейшими методами экономического и статистического анализа трудовых показателей, методами бюджетирования затрат на персонал
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сущность и формы конкуренции и конкурентоспособности товаров; – роль управления конкурентоспособностью; – критерии конкурентоспособности товаров и услуг; – макро и микроэкономические факторы конкурентоспособности; – методы и способы конкурентной борьбы; – потребительское поведение субъектов рынка; – сегментацию потребительского рынка; – структуру потребностей сегментов рынка; – потребительские свойства основных видов товаров и услуг; – значимость потребительских свойств товаров для отдельных потребительских сегментов; – основные субъекты рыночной конкуренции и рыночные ниши. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать конъюнктуру рынка и положение организации и ее товаров на рынке; – прогнозировать поведение конкурентов на рынке; – анализировать конкурентоспособность своих товаров по сравнению с конкурентами; – принимать решения по поддержанию и повышению конкурентоспособности товаров и услуг организации; – оценивать конкурентоспособность услуг торговли и принимать решения по ее повышению. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методикой технического регулирования конкурентоспособности товаров; – методикой оценки конкурентоспособности товаров и услуг; – методами обеспечения конкурентоспособности; – инструментами государственного регулирования конкурентной среды и конкурентоспособности; – основными нормативными документами по обеспечению конкурентоспособности товаров и услуг; – методикой мониторинга конкурентов.
Формы проведения занятий, образовательные технологии:	<p>Лекционные занятия: проблемные лекции, лекция – визуализация, лекция-беседа, лекция – дискуссия, лекция с запланированными ошибками, лекция – анализ ситуаций.</p> <p>Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», метод «коллективной мыслительной деятельности», методы анализа проблемных ситуаций, деловые игры, технология «кейс» для логико-методологического анализа теоретических ситуаций.</p>

Используемые инструментальные и программные средства:	Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирование)
Формы промежуточного контроля:	Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы
Общая трудоемкость изучения дисциплины:	180 ч / 5 з.е.
Форма итогового контроля знаний:	Экзамен