

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Мичуринский государственный аграрный университет»

Кафедра продуктов питания, товароведения и технологии переработки
продукции животноводства

УТВЕРЖДЕНА
решением учебно-методического
совета
университета
(протокол от 23 мая 2024 г. № 9)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель учебно-методического
совета университета
С.В. Соловьев
«23» мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) - Товароведение и экспертиза в сфере производства
и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров

Квалификация - бакалавр

1. Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины (модуля) «Оценка конкурентоспособности товаров» сводится к формированию специалиста квалификации бакалавр по направлению 38.03.07 Товароведение. В результате изучения курса обучающийся овладевает необходимыми теоретическими и практическими знаниями по вопросам оценки конкурентоспособности с дальнейшим использованием их в процессе профессиональной деятельности.

При освоении данной дисциплины учитываются трудовые функции следующих профессиональных стандартов:

08.026 Специалист в сфере закупок (утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «10» сентября 2015 г. № 625н; регистрационный номер 558)

40.060 Специалист по сертификации продукции (утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 31 октября 2014 г. №837н; регистрационный номер 247);

40.062 Специалист по качеству продукции (утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 31 октября 2014 г. № 856н; регистрационный номер 250).

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Согласно учебному плану по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение дисциплина (модуль) «Оценка конкурентоспособности товаров» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» Б1.В.ДВ.07.02.

Для освоения данной дисциплины необходимы знания и умения, приобретенные в результате освоения следующих предшествующих дисциплин: «Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров», «Основы коммерческой деятельности», «Таможенная экспертиза», «Товарный менеджмент»

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее при прохождении производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, производственной преддипломной практики и написании выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить трудовые функции и действия:

08.026 Специалист в сфере закупок. Составление планов и обоснование закупок (ТФ.- В/01.6):

Организация на стадии планирования закупок консультаций с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг

Организация общественного обсуждения закупок

Разработка плана закупок и осуществление подготовки изменений для внесения в план закупок

Размещение в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», публикация в печатных изданиях плана закупок и внесенных в него изменений

Обеспечение подготовки обоснования закупки при формировании плана закупок

Разработка плана-графика и осуществление подготовки изменений для внесения в план-график

Публичное размещение плана-графика, внесенных в него изменений Организация утверждения плана закупок и плана-графика

Определение и обоснование начальной (максимальной) цены контракта, в том числе заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем)

Уточнение в рамках обоснования цены контракта и ее обоснование в извещениях об осуществлении закупок, приглашениях к определению поставщиков (подрядчиков, исполнителей)

Обработка, формирование, хранение данных

08.026 Специалист в сфере закупок. Осуществление процедур закупок (ТФ.- В/02.6):

Выбор способа определения поставщика (подрядчика, исполнителя)

Обеспечение привлечения на основе контракта специализированной организации для выполнения отдельных функций по определению поставщика

Согласование требований к закупаемым заказчиком отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе начальным (максимальным) ценам) и (или) нормативным затратам на обеспечение функций заказчика и публичное их размещение

Организация и контроль разработки проектов контрактов, типовых условий контрактов

Составление и публичное размещение отчета об объеме закупок у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций

Составление отчетной документации

Обработка, формирование, хранение данных

40.060 Специалист по сертификации продукции. Выполнение мероприятий по результатам государственного надзора, межведомственного и ведомственного контроля внедрения и соблюдения стандартов и технических условий по качеству продукции, подготовке продукции (услуг) к подтверждению соответствия и аттестации (ТФ. - А/01.5)

Регистрация деклараций о соответствии

Оформление заявок на подтверждение соответствия продукции (услуг) в соответствии с установленными правилами

Предоставление в испытательные лаборатории технических документов и образцов продукции

Представление отчетов о выполненных работах и их результатах своему непосредственному руководителю

40.062 Специалист по качеству продукции. Разработка корректирующих действий по управлению несоответствующей продукцией (услугами) в ходе эксплуатации (ТФ. - А/03.6)

Анализ применяемых методов контроля (качественных и количественных) показателей качества продукции (услуг) в организации

Разработка предложений по корректированию применяемых и применению новых методов контроля (качественных и количественных) показателей качества продукции (услуг) в организации

Разработка методик по применению новых методов контроля (качественных и количественных) показателей качества продукции (услуг) в организации

40.062 Специалист по качеству продукции. Анализ причин, вызывающих снижение качества продукции (работ, услуг), разработка планов мероприятий по их устранению (ТФ. - В/01.6)

Анализ дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных показателей продукции (услуг) на стадии производства продукции и оказания услуг

Выявление причин возникновения дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных показателей продукции (услуг) на стадии производства продукции и оказания услуг

Разработка корректирующих действий по устранению дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных показателей продукции (услуг) на стадии производства продукции и оказания услуг

Освоение дисциплины (модуля) направлено на формирование следующих компетенций:

ПК-8 знанием ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество;

ПК-11 умением оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации;

ПК-17 готовностью к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в профессиональной деятельности.

Планируемые результаты обучения (показатели освоения компетенции)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
<u>ПК-8</u> Знать: методы изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Не знает методы изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Знает элементарные методы изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Знает методы изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Отлично знает методы изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество
Уметь: пользоваться методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Не умеет пользоваться методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Затрудняется пользоваться методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Умеет пользоваться элементарными методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Отлично умеет пользоваться методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество
Владеть: методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и	Не владеет методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и	Затрудняется пользоваться методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и	Владеет элементарными методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и	Отлично владеет методами изучения ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и

зарубежного опыта в профессиональной деятельности	опыта в профессиональной деятельности	опыта в профессиональной деятельности	отечественного и зарубежного опыта в профессиональной деятельности	зарубежного опыта в профессиональной деятельности
---	---------------------------------------	---------------------------------------	--	---

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- ассортимент и потребительские свойства товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество;
- химический состав и потребительские свойства товаров;
- факторы, влияющие на пищевую ценность потребительских товаров;
- методы оценки качества;
- методы оценки конкурентоспособности товаров;

Уметь:

- правильно отобрать пробы для анализов;
- определить органолептические, физико-химические и микробиологические методы анализа;
- оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации
- в практической деятельности учитывать факторы, влияющие на качество продукции;
- изучать научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности;

Владеть:

- методами идентификации
- методами экспертизы, определения качества товаров
- методами оценки конкурентоспособности товаров.

3.1. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины (модуля) и формируемых в них профессиональных компетенций

Разделы, темы дисциплины	Компетенции			Общее количество компетенций
	ПК-8	ПК-11	ПК-17	
Качество продукции как важнейший составляющий элемент конкурентоспособности	+	+	+	3
Критерии оценки качества продукции	+	+	+	3
Конкурентоспособность товаров	+	+	+	3
Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность	+	+	+	3
Методы оценки реальной конкурентоспособности	+	+	+	3
Коммерческие факторы конкурентоспособности товаров и услуг	+	+	+	3
Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	+	+	+	3

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы и 108 акад. часов.

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды занятий	Количество акад. часов	
	по очной форме обучения 6 семестр	по заочной форме обучения 4 курс
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем, т.ч.	44	12
Аудиторные занятия, из них	44	12
лекции	14	4
практические занятия	30	8
Самостоятельная работа, в т.ч.	64	92
проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	28	52
подготовка к практическим занятиям, защите реферата	14	40
выполнение индивидуальных заданий	12	-
подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	10	-
Контроль	-	4
Вид итогового контроля	зачет	зачет

4.2 Лекции

№	Раздел дисциплины (модуля), темы лекций	Объем в акад. часах		Формируемые компетенции
		очная форма обучения	заочная форма обучения	
1	Качество продукции как важнейший составляющий элемент конкурентоспособности	2		ПК-8, ПК-11, ПК-17
2	Критерии оценки качества продукции	2	1	ПК-8, ПК-11, ПК-17
3	Конкурентоспособность товаров	2		ПК-8, ПК-11, ПК-17
4	Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность	2		ПК-8, ПК-11, ПК-17
5	Методы оценки реальной конкурентоспособности	2	1	ПК-8, ПК-11, ПК-17
6	Коммерческие факторы конкурентоспособности товаров и услуг	2	1	ПК-8, ПК-11, ПК-17
7	Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	2	1	ПК-8, ПК-11, ПК-17
	ИТОГО	14	4	

4.3 Лабораторные работы – не предусмотрены

4.4 Практические занятия

№ Раздела, темы	Наименование занятия	Объем в акад. часах		Формируемые компетенции
		очная форма обучения	заочная форма обучения	
1	Качество продукции как важнейший составляющий элемент конкурентоспособности	4		ПК-8, ПК-11, ПК-17

2	Критерии оценки качества продукции	4	2	ПК-8, ПК-11, ПК-17
3	Конкурентоспособность товаров	4	1	ПК-8, ПК-11, ПК-17
4	Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность	4		ПК-8, ПК-11, ПК-17
5	Методы оценки реальной конкурентоспособности	4	2	ПК-8, ПК-11, ПК-17
6	Коммерческие факторы конкурентоспособности товаров и услуг	6	1	ПК-8, ПК-11, ПК-17
7	Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	4	2	ПК-8, ПК-11, ПК-17
ИТОГО		30	8	

4.5 Самостоятельная работа обучающихся

Раздел (тема) дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем акад. часов	
		очная форма обучения	заочная форма обучения
Качество продукции как важнейший составляющий элемент конкурентоспособности	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	8
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	6
	Выполнение индивидуальных заданий	1	-
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	-
Критерии оценки качества продукции	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	8
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	6
	Выполнение индивидуальных заданий	1	-
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	-
Конкурентоспособность товаров	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	8
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	6
	Выполнение индивидуальных заданий	2	-
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	-
Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	8
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	6
	Выполнение индивидуальных заданий	2	-
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	-
Методы оценки реальной конкурентоспособности	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	8
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	6
	Выполнение индивидуальных заданий	2	-
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	-

Коммерческие факторы конкурентоспособности товаров и услуг	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	4
	Выполнение индивидуальных заданий	2	-
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	-
Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	8
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	2	6
	Выполнение индивидуальных заданий	2	-
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	-
ИТОГО		64	92

Перечень методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (модулю):

1. Блинникова О.М. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Оценка конкурентоспособности товаров», направление подготовки 38.03.07 Товароведение. – Мичуринск, 2024.

4.6 Выполнение контрольной работы обучающимися заочной формы обучения

Для выполнения контрольной работы по дисциплине «Оценка конкурентоспособности товаров» необходимо выбрать одну из предлагаемых тем. Обучающиеся заочной формы обучения выбирают самостоятельно тему контрольной работы из приведенной тематики контрольных работ по последней цифре номера зачетной книжки. Обучающиеся одной учебной группы не могут выбирать одинаковые темы контрольной работы.

Выбрав тему контрольной работы, необходимо познакомиться с источниками и литературой по выбранной теме, изложить в письменном виде основные положения, результаты своего исследования, а затем сдать на проверку (рецензию) преподавателю правильно оформленную и зарегистрированную контрольную работу.

Контрольная работа должна быть написана разборчивым почерком или набрана на компьютере (межстрочный интервал 1,5, размер шрифта 14пт) на одной стороне листа бумаги стандартного формата А4 (размер 210x297 мм), грамотно, с последовательным изложением материала и хорошо оформлена.

В конце работы ставится подпись обучающегося и дата ее исполнения.

Главная цель – раскрыть тему, следовательно, необходимо придерживаться тех вопросов, которые сформулированы после темы.

Цель и задачи контрольной работы:

- обеспечить обучающихся системой знаний по изучаемой дисциплине, обучить технологическому контролю качества морепродуктов, ознакомить с новыми стандартами на методы контроля и нормами качества.

- научиться работать со специальной литературой и справочными данными;

- установить основные требования к качеству товаров;

- овладеть навыками работы с нормативными документами;

- научиться анализировать и обобщать полученные данные, делать выводы и формировать предложения.

Первоначальным этапом выполнения контрольной работы является изучение литературы по избранной теме (периодических изданий не менее, чем за три года). Затем

идет сбор статистических данных по избранной теме, их анализ, обобщение и обработка; анализ и обобщение результатов собственных исследований, если они имеются.

В конце контрольной работы обучающийся делает выводы и разрабатывает рекомендации, направленные на совершенствование ассортимента, способов и видов упаковки, совершенствование хранения, оценки качества и т.п. Составляет список использованной литературы.

Темы предлагаемых контрольных работ

1. Понятие и сущность конкурентоспособности товаров
2. Факторы, влияющие на конкурентоспособность товаров
3. Двухуровневый канал распределения
4. Цена потребления как фактор формирования конкурентоспособности
5. Коммерческая и маркетинговая деятельность как фактор формирования конкурентоспособности
6. Цель оценки конкурентоспособности товаров и услуг
7. Уровень качества товара
8. Методы оценки качества
9. Методы и принципы ценообразования
10. Предпочтения потребителей
11. Имидж компании
12. Канал нулевого уровня
13. Проведение кампаний по стимулированию продаж
14. Трехуровневый канал распределения
15. Принципиальные особенности оценки конкурентоспособности услуг
16. Составляющие конкурентоспособности товара
17. Критерии оценки конкурентоспособности услуг
18. Методология оценки конкурентоспособности услуги розничной торговли
19. Формирование имиджа предприятия
20. Создание собственной дилерской сети

4.7 Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Качество продукции как важнейший составляющий элемент конкурентоспособности.

Конкуренция – это сущность рыночных взаимоотношений между изготовителями или продавцами однородных товаров и услуг.

В настоящее время нет федеральных законов о конкуренции. Об инновационной деятельности, о промышленности и др. Лишь некоторые аспекты конкуренции и конкурентоспособности в России рассматриваются Гражданским кодексом РФ, Законом РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», Федеральным законом «О техническом регулировании».

Принятые в середине 90-х годов законы «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», «О защите прав потребителей», «О рекламе», «О естественных монополиях», «О государственной поддержке малого предпринимательства» желаемых результатов не дали.

Цель конкуренции – получение наиболее выгодных условий наибольшей прибыли от реализации товаров и услуг. Адам Смит характеризовал конкуренцию как поведенческую категорию, когда индивидуальные продавцы и покупатели соперничают на рынке за более выгодные условия продажи и покупки товаров и услуг.

В зависимости от соотношения числа изготовителей, продавцов и потребителей конкуренция может быть совершенная, несовершенная, монополистическая.

Свершенная конкуренция теоретически существует на рынке при наличии большого числа продавцов одноименных групп товаров. Примером рынка совершенной или чистой конкуренции является аграрный рынок.

Несовершенная конкуренция существует при олигополии на рынке и характеризуется наличием большого числа покупателей и ограниченного количества производителей.

Монополистическая конкуренция характеризуется структурой рынка, при которой большое число потребителей может приобрести товар у единственного изготовителя.

Конкурентоспособность товара – это уровень его экономических показателей и потребительских свойств, позволяющий выдержать соперничество с другими аналогичными товарами на рынке.

Конкурентоспособность товара является сложным свойством, сформированным его качеством (потребительской ценностью).

Потребительские свойства товаров являются главными составляющими его конкурентоспособности.

Тема 2. Критерии оценки качества продукции

Значение и виды потребностей

Потребности человека по степени значимости можно ранжировать в следующем порядке:

- физиологические потребности;
- потребности самосохранения;
- социальные потребности;
- потребности в уважении;
- потребности в самоутверждении.

В соответствии с природой возникновения и содержательной сущностью все личные потребности традиционно подразделяются на материальные и духовные.

Материальные потребности порождены биологической природой человека.

Духовные потребности направлены на воспроизводство человека как личности.

Потребности в товарах

В соответствии с ГОСТ 51303-99 «Торговля. Термины и определения» товар – это любая вещь, неограниченная в обороте, свободно отчуждаемая и переходящая от одного лица к другому по договору купли-продажи.

Товары народного потребления – товары, предназначенные для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Потребность в услугах

Потребности в услугах можно классифицировать по ряду признаков

По функциональному назначению их разделяют на следующие группы:

- технологические потребности;
- потребности в свободном времени;
- культурно-развлекательные потребности;
- эргономические потребности;
- информационные потребности;
- образовательные потребности;

По средствам удовлетворения потребности делят на два вида:

- потребности, удовлетворяемые в системе обслуживания;
- потребности, удовлетворяемые путем самообслуживания.

По частоте возникновения различают потребности:

- постоянные;
- периодические;
- эпизодические.

По сезонности возникновения различают потребности:

- с сильно выраженной сезонностью;
- с высокой сезонностью;
- высокой сезонностью;
- умеренной сезонностью;
- незначительной сезонностью.

Ценность товаров и услуг

Существуют абсолютные, действительные и платежеспособные потребности

Абсолютные потребности – это желаемые, но практически недостижимые блага, которые определены на перспективу.

Действительные потребности – это потребности, которые меньше абсолютных.

Платежеспособные потребности – это часть действительных потребностей, обеспеченная денежными средствами.

Модели потребления товаров и услуг

Создание конкурентоспособных товаров и услуг основывается на анализе поведения потребителей. Поведение потребителей процессе покупки товаров рассматривается как действие, состоящее из нескольких фаз:

- Первая фаза – импульсивная;
- Вторая фаза – перцепция;
- Третья фаза – манипуляция;
- Четвертая фаза – консумация.

Анализ типологических особенностей потребителей

Удовлетворение физиологических, социальных и духовных потребностей обеспечивает людям необходимые условия существования.

Правила деления потребителей на типы:

Типологические группы потребителей должны различаться между собой;

Группа должна содержать похожих по потребностям и спросу потребителей;

Каждая группа должна быть достаточна по размеру, чтобы соизмерить объем продаж и покрытие расходов;

Потребители каждой группы должны быть легко доступными для рекламно-информационных мероприятий целевого воздействия.

Сегментирование рынка – это процесс разделения потребителей с их многочисленными и сложными потребностями на однородные по требованиям группы. С помощью сегментирования достигают следующие цели:

- наилучшее удовлетворение нужд и потребностей людей;
- уклонение от конкурентной борьбы;
- увязка научно-технической политики фирмы с запросами потребителей;
- ориентация всей исследовательской деятельности на конкретного потребителя.

Признак сегментирования – это показатель способ выделения данного сегмента на рынке.

Критерий сегментирования – это показатель того, насколько фирма выбрала тот или иной рынок для деятельности.

Количественные границы сегмента показывают емкость сегмента, т.е. дают ответ на вопрос, сколько товаров может быть реализовано на рынке, какова площадь сегмента.

Информационная насыщенность сегмента- возможность получить необходимую информацию для создания банка данных по сегменту.

Тема 3. Конкурентоспособность товаров

Понятие жизненного цикла товаров и услуг

Конкурентоспособность – свойство, обеспечивающее активный и долговременный спрос на всех стадиях жизненного цикла товаров и услуг.

Жизненный цикл товара или услуги- определенный период времени, в течение которого товар или услуга находят своих покупателей.

Традиционно жизненный цикл товара принято делить на следующие стадии:
Нулевая – разработка модели товара;
Первая – начало производства товара, предложение услуги, поступление их в сферу обращения;

Вторая – стадия зрелости;

Третья – падение объемов продаж.

Формирование конкурентоспособности товаров и услуг

Конкурентоспособность товара закладывается предприятием и поддерживается продавцами в рамках жизненного цикла товаров и услуг.

В соответствии со стандартами процессы создания и жизненного цикла продукции разделены на группы:

- планирование жизненного цикла продукции;
- процессы, связанные с потреблением;
- проектирование и разработка;
- процессы, связанные с закупками;
- производство и обслуживание;
- управление устройствами для мониторинга и измерений;
- анализ и улучшение.

Тема 4. Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность

Влияние качества товаров на конкурентоспособность

Повышение конкурентоспособности товаров и услуг на основе улучшения качества позволяет предприятию занять устойчивые позиции на рынке.

Качество товаров и услуг в России регламентируется национальными стандартами, техническими регламентами.

Существует мнение, что определение качества можно разделить на пять категорий, которые отражают пять разных аспектов:

1. Качество абстрактное
2. Качество, ориентированное на продукт
3. Качество, ориентированное на потребителя
4. Качество, ориентированное на производство
5. Качество, ориентированное на создание ценности.

Потребительские свойства товара- свойства, проявляющиеся при его использовании в процессе удовлетворения потребностей.

Нормативные показатели регламентируются обязательными нормами, стандартами и законодательством страны, на рынке которой предполагается продавать товар.

Безопасность продукции регулируется Федеральным законом «О техническом регулировании».

Безопасность – комплексное свойство товара или услуги, обеспечивающее защиту жизни и здоровья потребителя, окружающей среды, а также не нанесения вреда имуществу потребителя от вредных и опасных воздействий при его использовании, хранении, транспортировании и утилизации.

Безопасность потребления – способность предотвращать травматизм организма, выделение вредных для организма веществ, другие физические воздействия.

Безопасность экологическая – степень воздействия товара на окружающую среду, в том числе возможность выделения вредных примесей в окружающую среду.

Функциональные показатели характеризуют соответствие товара своему назначению, совершенство выполнения основных функций.

Эргономические показатели характеризуют товар с точки зрения его соответствия гигиеническим, антропометрическим, физиологическим и другим свойствам человека, проявляющиеся в производственных и бытовых условиях.

Влияние качества услуг на конкурентоспособность

Все предлагаемые услуги должны соответствовать нормативным требованиям.

Качество услуг определяется сложной номенклатурой свойств, которые характеризуются различными показателями.

Качество услуги – это совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предлагаемые потребности потребителя.

Качество обслуживания – это совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предлагаемых потребностей потребителю.

Свойство услуги – это объективная особенность услуги, которая проявляется при ее оказании и потреблении.

Показатель качества услуги – это количественная характеристика одного или нескольких свойств услуги, составляющих ее качество.

Качество исполнения услуги зависит от профессионального мастерства исполнителя услуги.

Качество результата услуги зависит от сырья и материалов, используемых в производственном процессе, совершенства технологии оказания услуги, мастерства специалистов, обслуживающих потребителей и профессионализма работников.

Показатели назначения услуги характеризуют набор свойств услуги, определяющие качество выполнения функций, для которых она предназначена.

Контроль качества услуг – совокупность операций, включающая проведение измерений, испытаний, оценки одной или нескольких характеристик услуг и сравнение полученных результатов с установленными требованиями.

Тема 5. Методы оценки реальной конкурентоспособности

Существует несколько методов расчета показателя конкурентоспособности. Нужно определить цели оценки, которые зависят от стадии жизненного цикла товара, от стратегии и планов развития фирмы. Для каждого товара необходимо оценить уровень конкурентоспособности, чтобы в дальнейшем провести анализ и выработать успешную товарную политику.

В настоящее время разработаны разные методики расчета конкурентоспособности товаров народного потребления и продукции производственно-технического назначения, основанные на различных критериях конкурентоспособности. Все методы расчета конкурентоспособности требуют изучения конъюнктуры рынка, проведения опроса потребителей и привлечения экспертов. На основе собранной информации рассчитываются показатели конкурентоспособности. Показатели конкурентоспособности продукции по цене зависят от уровня доходов населения, поскольку зависят от их платежеспособности. Товар конкурентоспособен по ценовому фактору не тогда, когда у него минимальная цена, а тогда, когда цена продажи соответствует уровню доходов населения, которое может себе позволить приобрести и эксплуатировать эту продукцию по данной цене. Поэтому на каждом сегменте рынка определяется свой показатель конкурентоспособности. Уровень конкурентоспособности, рассчитанный по каждому сегменту и по каждому виду, сравнивается с уровнем конкурентоспособности фирмы-конкурента.

Тема 6. Коммерческие факторы конкурентоспособности товаров и услуг

Цена потребления как фактор формирования конкурентоспособности

Цена потребления – второй основной фактор конкурентоспособности товаров и услуг.

На ценообразование влияет несколько групп факторов:

- факторы, управляемые предприятием;
- рыночные факторы.

Основное влияние на стратегию ценообразования оказывает конкуренция. Эффект Веблена заключается в том, что в некоторых случаях высокая цена на товары и услуги

делает их наиболее конкурентоспособными. Это относится к демонстративному потреблению.

К основным ценовым методам повышения конкурентоспособности товаров и услуг можно отнести применение следующих видов цен:

- скользящая падающая цена;
- долговременная цена;
- преимущественная цена;
- цена на товар, снятый с производства;
- цена ниже, чем у большинства конкурентов;
- долговременная цена.

Коммерческая и маркетинговая деятельность как фактор формирования конкурентоспособности

Третьим фактором. Определяющим конкурентоспособность товаров и услуг является коммерческая и маркетинговая деятельность предприятия.

Достижение высокой конкурентоспособности за счет целенаправленной оптимизации маркетинговой и коммерческой деятельности включает:

- анализ рынка товаров и услуг;
- выявление потенциальных потребностей, потребительских запросов и предпочтений;
- поиск новых потребителей;
- изучение отзывов о товарах и услугах;
- составление рекомендаций изготовителям;
- разработку рекламно-информационных материалов;
- организацию мероприятий по стимулированию сбыта;
- совершенствование и внедрение новых эффективных форм и методов обслуживания покупателей;
- предпродажный и послепродажный сервис.

Тема 7. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг

Цель оценки конкурентоспособности товаров и услуг

Оценку конкурентоспособности товаров торговые и производственные предприятия проводят при:

- подготовке технических заданий по созданию новых моделей товара;
- выявлении перспектив продажи конкретных товаров, формировании структуры и выборе методов продаж;
- подготовке информации и рекламы о товаре;
- решении вопроса о патентовании, сертификации и поддержании патента, сертификата в действии;
- составлении торгового или производственного ассортимента товара;
- покупке товара через торги.

Оценку конкурентоспособности услуг сервисные и торговые предприятия проводят при:

- составлении номенклатуры основных и дополнительных услуг;
- разработке новых видов услуг;
- оценке перспектив продажи услуг;
- определении цен на услуги;
- разработке мероприятий по повышению конкурентоспособности услуг;
- подготовке информации и рекламы услуг;
- решении вопроса о лицензировании услуг.

Квалиметрический подход к оценке конкурентоспособности

Основными методами оценки конкурентоспособности являются дифференцированный метод определения относительных показателей конкурентоспособности и комплексный метод определения конкурентоспособности.

Дифференцированный метод заключается в прямом сравнении нескольких единичных показателей конкурентоспособности товара или услуги с аналогичными показателями товаров и услуг конкурентов.

Комплексный метод основан на сравнении товаров или услуг со сложной номенклатурой показателей конкурентоспособности. При этом учитывается степень влияния на конкурентоспособность каждого показателя. Комплексный метод позволяет наиболее объективно оценить конкурентоспособность. Данный метод состоит из следующих этапов (их пять):

- 1) комплексное исследование рынка и потребностей населения;
- 2) определение факторов конкурентоспособности товаров и составление номенклатуры показателей;
- 3) экспертиза показателей конкурентоспособности товаров и услуг;
- 4) расчет комплексного интегрального показателя конкурентоспособности товара;
- 5) анализ полученных результатов и составление заключения о конкурентоспособности товара или услуги.

Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности

Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности товаров и услуг включает определение показателей рыночной ситуации, конкурентной ситуации и изменения рыночной ситуации.

К показателям рыночной ситуации относятся:

- индекс роста объемов продаж;
- уровень реализации продукции;
- эффективность маркетинга.

К показателям внутренней ситуации относятся:

- доля, занимаемая на рынке;
- относительная доля рынка.

По результатам оценки конкурентоспособности товаров или услуг могут быть приняты решения по изменению:

- состава, структуры применяемых материалов;
- порядка проектирования товара;
- технологии изготовления продукции, методов испытаний, системы контроля качества изготовления, хранения, упаковки, транспортировки, монтажа;
- технологии оказания услуг;
- цены на товар, запасные части, услуги по обслуживанию и ремонту;
- порядка реализации товара на рынке;
- структуры и размера инвестиций в разработку, производство и сбыт товара;
- структуры и объемов поставок при производстве товара, цен на комплектующие изделия, состава поставщиков;
- системы стимулирования поставщиков;
- структуры импорта и видов импортируемого товара.

5. Образовательные технологии

Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (работа в малых группах) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При изучении дисциплины используется инновационная образовательная технология на основе интеграции компетентного и личностно-ориентированного

подходов с элементами традиционного лекционно-семинарского и квазипрофессионального обучения с использованием интерактивных форм проведения занятий, исследовательской проектной деятельности и мультимедийных учебных материалов.

Вид учебных занятий	Форма проведения
Лекции	Слайдовые презентации с использованием мультимедийных средств с последующим обсуждением материалов (лекция – визуализация). Электронные материалы.
Практические занятия	Обсуждение и анализ предложенных вопросов на аудиторных занятиях, индивидуальные доклады, сообщения, тестирование, собеседования.
Самостоятельная работа	Сочетание традиционной формы (работа с учебной и справочной литературой, изучение материалов интернет-ресурсов, подготовка к лабораторным и практическим занятиям и тестированию) и интерактивной формы (выполнение индивидуальных и групповых исследовательских работ)

6. Оценочные средства дисциплины (модуля)

Основными видами дисциплинарных оценочных средств при функционировании модульно-рейтинговой системы обучения являются: на стадии рубежного рейтинга, формируемого по результатам модульного компьютерного тестирования – тестовые задания; на стадии поощрительного рейтинга, формируемого по результатам написания и защиты рефератов по актуальной проблематике; на стадии промежуточного рейтинга, определяемого по результатам сдачи зачета – теоретические вопросы, контролирующие практические навыки из различных видов профессиональной деятельности обучающегося по ОПОП данного направления, формируемые при изучении дисциплины «Оценка конкурентоспособности товаров».

6.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю) «Оценка конкурентоспособности товаров»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Оценочное средство	
			Наименование	Кол-во
1	Качество продукции как важнейший элемент конкурентоспособности	ПК-8, ПК-11, ПК-17	Тестовые задания	12
			Темы рефератов	2
			Вопросы для зачета	3
2	Критерии оценки качества продукции	ПК-8, ПК-11, ПК-17	Тестовые задания	14
			Темы рефератов	2
			Вопросы для зачета	3
3	Конкурентоспособность товаров	ПК-8, ПК-11, ПК-17	Тестовые задания	15
			Темы рефератов	2
			Вопросы для зачета	3
4	Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность	ПК-8, ПК-11, ПК-17	Тестовые задания	15
			Темы рефератов	2
			Вопросы для зачета	4
5	Методы оценки реальной конкурентоспособности	ПК-8, ПК-11, ПК-17	Тестовые задания	15
			Темы рефератов	3
			Вопросы для зачета	4
6	Коммерческие факторы конкурентоспособности товаров и услуг	ПК-8, ПК-11, ПК-17	Тестовые задания	14
			Темы рефератов	3
			Вопросы для зачета	4

7	Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	ПК-8, ПК-11, ПК-17	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	15 3 4
---	--	--------------------	--	--------------

6.2 Перечень вопросов для зачета

1. Качество продукции: понятие и показатели (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
2. Управление качеством продукции (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
3. Организация контроля качества в Российской Федерации (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
4. Комплексные показатели качества (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
5. Предпочтения потребителей (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
6. Понятие и сущность конкурентоспособности товаров (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
7. Факторы, влияющие на конкурентоспособность товаров (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
8. Двухуровневый канал распределения (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
9. Цена потребления как фактор формирования конкурентоспособности (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
10. Коммерческая и маркетинговая деятельность как фактор формирования конкурентоспособности (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
11. Цель оценки конкурентоспособности товаров и услуг (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
12. Уровень качества товара (ПК-17)
13. Методы оценки качества (ПК-8)
14. Методы и принципы ценообразования (ПК-11)
15. Предпочтения потребителей (ПК-17)
16. Имидж компании (ПК-17)
17. Канал нулевого уровня (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
18. Проведение кампаний по стимулированию продаж (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
19. Трехуровневый канал распределения (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
20. Принципиальные особенности оценки конкурентоспособности услуг (ПК-17)
21. Составляющие конкурентоспособности товара (ПК-11)
22. Критерии оценки конкурентоспособности услуг (ПК-17)
23. Методология оценки конкурентоспособности услуги розничной торговли (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
24. Формирование имиджа предприятия (ПК-8, ПК-11, ПК-17)
25. Создание собственной дилерской сети (ПК-8, ПК-11, ПК-17)

6.3 Шкала оценочных средств

При функционировании модульно-рейтинговой системы обучения знания, умения и навыки, приобретаемые обучающимися в процессе изучения дисциплины, оцениваются в рейтинговых баллах. Учебная дисциплина имеет итоговый рейтинг – 100 баллов, который складывается из рубежного (40 баллов), промежуточного (50 баллов) и поощрительного рейтинга (10 баллов). Итоговая оценка знаний обучающихся по дисциплине определяется на основании перевода итогового рейтинга в 5-ти балльную шкалу с учетом соответствующих критериев оценивания.

Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания	Оценочные средства (кол. баллов)
Продвинутый (75-100 баллов) - «зачтено»	Выполнение полного объема работы (90-100%); правильные и четкие ответы на основные и дополнительные вопросы; способность формировать собственное мнение по актуальным вопросам. - полное знание учебного материала из разных разделов дисциплины: ассортимент и потребительские	Тестовые задания (31-40 баллов) Реферат (9-10 баллов) Вопросы к зачету (38-50 баллов)

	<p>свойства товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество; химический состав и потребительские свойства товаров; методы оценки конкурентоспособности товаров;</p> <ul style="list-style-type: none"> - умение: оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации; в практической деятельности учитывать факторы, влияющие на качество продукции; изучать научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности; - владение методами оценки конкурентоспособности товаров - умение ясно, логично и грамотно излагать изученный материал, производить собственные размышления, делать умозаключения и выводы с добавлением комментариев, пояснений, обоснований; 	
<p>Базовый (50-74 балла) – «зачтено»</p>	<p>Объем работ выполнен на 70-89%; умение дать правильный, но не всегда полный ответ на основные и дополнительные вопросы; некоторые трудности в формировании собственных выводов по актуальным вопросам.</p> <ul style="list-style-type: none"> – знание учебного материала из разных разделов дисциплины: ассортимент и потребительские свойства товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество; химический состав и потребительские свойства товаров; методы оценки конкурентоспособности товаров; - умение: оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации; в практической деятельности учитывать факторы, влияющие на качество продукции; изучать научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности; - владение методами оценки конкурентоспособности товаров; - умение ясно, логично и грамотно излагать изученный материал, производить собственные размышления, делать умозаключения и выводы с добавлением комментариев, пояснений, обоснований; - умение ясно излагать изученный материал, производить собственные размышления; 	<p>Тестовые задания (21-30 баллов) Реферат (7-8 баллов) Вопросы к зачету (25-37 баллов)</p>
<p>Пороговый (35-49 баллов) – «зачтено»</p>	<p>Объем работы выполнен на 50-69%; по основным вопросам ответ правильный, но неполный; проблемы в ответах на дополнительные вопросы; проблемы в формулировании собственного мнения</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание учебного материала из разных разделов дисциплины: ассортимент и потребительские свойства товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество; химический состав и потребительские свойства товаров; методы оценки конкурентоспособности товаров; - умение: оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации; в практической деятельности учитывать факторы, влияющие на качество 	<p>Тестовые задания (11-20 баллов) Реферат (5-6 баллов) Вопросы к зачету (18-24 балла)</p>

	<p>продукции; изучать научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности;</p> <p>- владение методами оценки конкурентоспособности товаров;</p> <p>- умение ясно, логично и грамотно излагать изученный материал, производить собственные размышления, делать умозаключения и выводы с добавлением комментариев, пояснений, обоснований;</p> <p>- умение достаточно грамотно излагать изученный материал;</p>	
<p>Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) – «незачтено»</p>	<p>Выполнено менее 50% работы; неумение сформулировать правильный и четкий ответ по основным и дополнительным вопросам; неумение формулировать собственное мнение</p> <p>- незнание учебного материала из разных разделов дисциплины: ассортимент и потребительские свойства товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество; химический состав и потребительские свойства товаров; методы оценки конкурентоспособности товаров;</p> <p>- неумение оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации; в практической деятельности учитывать факторы, влияющие на качество продукции; изучать научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности;</p> <p>- не владение методами оценки конкурентоспособности товаров</p>	<p>Тестовые задания (0-10 баллов) Реферат (0-4 балла) Вопросы к зачету (0-17 баллов)</p>

Все комплекты оценочных средств (контрольно-измерительных материалов), необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (модуля) подробно представлены в документе «Фонд оценочных средств дисциплины (модуля)».

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная учебная литература

1. Азоев Г.Л. Маркетинговые технологии ведения конкурентной борьбы // Вестник государственного университета управления. – 1999. - № 1.– С. 69-77.
2. Андрианов В.Д. Конкурентоспособность России в мировой экономике //Маркетинг. – 1999. - № 2. – С. 3-19.
3. Дудкип В.И. Конкурентоспособность продукции: сущность, анализ, оценка, пути и меры повышения // Экономика и коммерция. – 1998. Вып. № 3-4. – С. 69-84.
4. Лифиц И.М. Показатели ассортимента как характеристики сбалансированности спроса и предложения // Маркетинг. – 1996. - № 4. С. 52-62.
5. Рыбаков И.Н. Качество и конкурентоспособность продукции при рыночных отношениях//Стандарты и качество. - № 12. – С. 43-47.

7.2 Дополнительная учебная литература

1. Адлер Ю.П. Качество и рынок, или Как организация настраивается на обеспечение требований потребителей // Поставщик и потребитель. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2000. – 126 с.
2. Гличёв А.В. Основы управления качеством продукции. – М.: АМИ, 1998.–355 с.
3. Говоров Л.В., Тавер Е.И. Авторитет «Московского качества» // Стандарты и качество. – 1999. - № 10. – С. 35-37.
4. Голубков Е.П. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. - № 2. – С.28-43.
5. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение. – СПб.: Питер, 2000. – 224 с
6. Лифиц И.М. Основы стандартизации, метрологии и сертификации. – М.:Юрайт-М, 2001. – 272 с.
7. Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг. – М.: Финансы и статистика,1999. – 319 с.
8. Симонов Стандартизация + сертификация пищевых продуктов = ихбезопасность // Стандарты и качество. – 2000. - № 3. – С. 84.
9. Тазов Ю.А. «Российская марка»: первые шаги // Стандарты и качество, 1999. - № 10. – С. 38-39.
10. Фатхутдшов Р. Управление конкурентоспособностью // Стандарты и качество, 2000. - № 10. – С.10-13.

7.3 Методические указания по освоению дисциплины (модулю)

1. Блинникова О.М. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Оценка конкурентоспособности товаров», направление подготовки 38.03.07 Товароведение. – Мичуринск, 2024.

7.4 Информационные и цифровые технологии (программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы)

Учебная дисциплина (модуль) предусматривает освоение информационных и цифровых технологий. Реализация цифровых технологий в образовательном пространстве является одной из важнейших целей образования, дающей возможность развивать конкурентоспособные качества обучающихся как будущих высококвалифицированных специалистов.

Цифровые технологии предусматривают развитие навыков эффективного решения задач профессионального, социального, личностного характера с использованием различных видов коммуникационных технологий. Освоение цифровых технологий в рамках данной дисциплины (модуля) ориентировано на способность безопасно и надлежащим образом получать доступ, управлять, интегрировать, обмениваться, оценивать и создавать информацию с помощью цифровых устройств и сетевых технологий. Формирование цифровой компетентности предполагает работу с данными, владение инструментами для коммуникации.

7.4.1 Электронно-библиотечные системы и базы данных

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг от 03.04.2024 № б/н (Сетевая электронная библиотека)
2. База данных электронных информационных ресурсов ФГБНУ ЦНСХБ (договор по обеспечению доступа к электронным информационным ресурсам ФГБНУ ЦНСХБ через

терминал удаленного доступа (ТУД ФГБНУ ЦНСХБ) от 09.04.2024 № 05-УТ/2024)

3. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»: Коллекции «Базовый массив» и «Колос-с. Сельское хозяйство» (<https://rucont.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа от 26.04.2024 № 1901/БП22)

4. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 07.05.2024 № 6555)

5. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25)

6. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>) (договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 01.08.2018 № 101/НЭБ/4712)

7. Соглашение о сотрудничестве по оказанию библиотечно-информационных и социокультурных услуг пользователям университета из числа инвалидов по зрению, слабовидящих, инвалидов других категорий с ограниченным доступом к информации, лиц, имеющих трудности с чтением плоскочечатного текста ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина» (<https://www.tambovlib.ru>) (соглашение о сотрудничестве от 16.09.2021 № б/н)

7.4.2 Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 11.03.2024 № 11921 /13900/ЭС)

2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 15.01.2024 № 194-01/2024)

7.4.3 Современные профессиональные базы данных

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 15.08.2023 № 542/2023)

2. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - <https://elibrary.ru/>

3. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru/>

4. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>

5. Профессиональная база данных. Каталог ГОСТов <http://gostbase.ru/>.

6. Профессиональная база данных. ФГБУ Федеральный институт промышленной собственности http://www1.fips.ru/wps/portal/IPS_Ru.

7. Профессиональная база данных. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>.

7.4.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

№	Наименование	Разработчик ПО (правообладатель)	Доступность (лицензионное, свободно распространяемое)	Ссылка на Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД (при наличии)	Реквизиты подтверждающего документа (при наличии)
1	Microsoft Windows,	Microsoft	Лицензионное	-	Лицензия

	Office Professional Corporation				от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бессрочно
2	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	АО «Лаборатория Касперского» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165	Сублицензионный договор с ООО «Софттекс» от 24.10.2023 № б/н, срок действия: с 22.11.2023 по 22.11.2024
3	МойОфис Стандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой (myoffice.ru)	ООО «Новые облачные технологии» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?sphrase_id=2698444	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 0364100000819000012 срок действия: бессрочно
4	Офисный пакет «Р7-Офис» (десктопная версия)	АО «Р7»	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/306668/?sphrase_id=4435041	Контракт с ООО «Софттекс» от 24.10.2023 № 0364100000823000007 срок действия: бессрочно
5	Операционная система «Альт Образование»	ООО "Базальт свободное программное обеспечение"	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303262/?sphrase_id=4435015	Контракт с ООО «Софттекс» от 24.10.2023 № 0364100000823000007 срок действия: бессрочно
6	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» (https://docs.antiplagiatus.ru)	АО «Антиплагиат» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186	Лицензионный договор с АО «Антиплагиат» от 23.05.2024 № 8151, срок действия: с 23.05.2024 по 22.05.2025
7	Acrobat Reader - просмотр документов PDF, DjVU	Adobe Systems	Свободно распространяемое	-	-
8	Foxit Reader - просмотр документов PDF, DjVU	Foxit Corporation	Свободно распространяемое	-	-

7.4.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. CDTOwiki: база знаний по цифровой трансформации <https://cdto.wiki/>

2. www.garant.ru - справочно-правовая система «ГАРАНТ».
3. www.consultant.ru - справочно-правовая система «Консультант Плюс».
4. www.rg.ru – сайт Российской газеты.
5. База данных информационной системы «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru>
6. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <http://e.lanbook.com>.
7. Национальный цифровой ресурс «Рукопт» - межотраслевая электронная библиотека на базе технологии Контекстум <http://www.rucont.com>.
8. Электронная библиотечная система Российского государственного аграрного заочного университета <http://ebs.rgazu.ru>.

7.4.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе

1. LMS-платформа Moodle
2. Виртуальная доска Миро: miro.com
3. Виртуальная доска SBoard <https://sboard.online>
4. Виртуальная доска Padlet: <https://ru.padlet.com>
5. Облачные сервисы: Яндекс.Диск, Облако Mail.ru
6. Сервисы опросов: Яндекс Формы, MyQuiz
7. Сервисы видеосвязи: Яндекс телемост, Webinar.ru
8. Сервис совместной работы над проектами для небольших групп Trello <http://www.trello.com>.

7.4.7. Цифровые технологии, применяемые при изучении дисциплины

№	Цифровые технологии	Виды учебной работы, выполняемые с применением цифровой технологии	Формируемые компетенции
1.	Облачные технологии	Лекции Самостоятельная работа	ПК-17

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (г. Мичуринск, ул. Интернациональная, дом № 101, 1/103)

Оснащенность:

1. Проектор AcerX1261P (nV 3D) DLP 2700LUMENS (инв. № 2101045353);
2. Экран DraperLumaNTSC (3:4) 305/120" ручной, настенно-потолочный (инв. № 2101065491)

3. Ноутбук LenovoIdeaPadV580c (инв.№21013400405)

4. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (лаборатория экспертизы качества продовольственных и непродовольственных товаров) (г. Мичуринск, ул. Интернациональная, дом № 101, 1/16)

Оснащенность:

1. Весы ВЛР-200 (инв. № 2101040453);
2. Весы лабораторные CUX-620H (инв. № 41013401559);

3. Весы лабораторные ВЛКТ-500 (инв. № 1101041311);
4. Весы настольные циферблатн. (инв. № 2101060138);
5. Весы технические Т-1000 (инв. № 2101060121; 2101060122)
6. Влагомер Кварц (инв. № 1101041322);
7. Дистиллятор (инв. № 2101060123);
8. Кухонная плита Morame 57229 FW(инв. № 41013602188);
9. Лабораторная мебель «Варшава» (инв. № 21013600715);
10. Микроскоп (инв. № 2101060130);
11. Мясорубка «Василиса М2» (инв. № 21013600721);
12. Поляриметр ИГП-01 (инв. № 2101040458);
13. Прибор для определения клейковины ИДК-4 (инв. № 2101040460);
14. Рефрактометр РЛ-2 (инв. № 2101040455);
15. Рефрактометр ИРФ-454Б2М с подсветкой и доп. шапкой (инв. № 21013400705);
16. Рефрактометр ИРФ-464 (инв. № 2101060131);
17. РН-метр РН-013 (инв. № 21013400704);
18. РН-метр (инв. № 2101040462);
19. Сахариметр СУ-4 (инв. № 2101040459; 21013400702);
20. Сита почвенные (инв. № 2101060135);
21. СОЭКС-Нитрат-тестер мод. NVC-019-1 (инв. № 21013400706);
22. Стенд 1,5*0,72 м (инв. № 21013600706);
23. Стенд 1,5*1,05 м (инв. № 21013600705);
24. Стенд 1,8*0,6 м (инв. № 21013600708);
25. Стенд 1,8*0,6 м (инв. № 21013600707);
26. Стенд 1*4,5 м (инв. № 21013600709);
27. Стиральная машина ОКА (инв. № 2101060136);
28. Стол для весов (инв. № 1101041316);
29. Стол для титрования (инв. № 1101041317);
30. Стол передвижной (инв. № 1101041315);
31. Стол приставной (инв. № 1101041312, 1101041313, 1101041314);
32. Термостат (инв. № 2101040461);
33. Фотометр КФК-3-01 «ЗОМЗ» фотоэлектрический (инв. № 21013400703);
34. Холодильник НОРД (инв. № 2101040456);
35. Центрифуга МРВ-310 (инв. № 1101041303);
36. Центрифуга ОКА (инв. № 1101041304);
37. Шкаф вытяжной (инв. № 2101040451);
38. Шкаф лабораторный (инв. № 21013600722; 21013600723; 21013600724; 21013600725);
39. Шкаф сушильный ШСО-80 (инв. № 1101041302);
40. Шкаф сушильный ЛП 33/2 (инв. № 2101040452);
41. Шкаф для документов ШК 07.04 (инв. № 1101063937);
42. Экран на штативе Projecta (инв. № 11010417158).

3. Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (г. Мичуринск, ул. Герасимова, дом № 130А, 5/26а)

Оснащенность:

1. Компьютеры Celeron 2000 (инв. № 1101044956, 1101044955, 1101044954, 1101044953);
2. Компьютеры Celeron E 3300 OEM Монитор 18,5" LG W 1943 (инв. № 1101047397, 1101047396, 1101047395, 1101047394, 1101047393, 1101047392, 1101047391, 1101047390, 1101047387, 1101047385);
3. Компьютер Pentium (инв. № 2101041806);
4. Плоттер СН336А НР (инв. № 41013400057);

5. Принтер Canon (инв. № 1101044951);
6. Сканер (инв. № 2101065186);
7. Копировальный аппарат Canon (инв. № 2101041802);
8. Модем (инв. № 2101065200).

Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.

4. Помещение для самостоятельной работы (г. Мичуринск, ул. Интернациональная, дом № 101, 1/5)

Оснащенность:

1. Компьютер IntelCore 2 Quad Q9400 Монитор Asus TFT 21,5" (инв. № 2101045126);
2. Компьютер IntelCore 2 Quad Q9400 Монитор Asus TFT 21,5" (инв. № 2101045125)

Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Оценка конкурентоспособности товаров» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №1429 от 4 декабря 2015 г. (в ред. Приказа Минобрнауки от 20.04.2016 г. №144)

Автор:

профессор кафедры продуктов питания, товароведения и технологии переработки продукции животноводства, к.т.н. Блинникова О.М.

Рецензент: доцент кафедры садоводства, биотехнологии и семеноводства сельскохозяйственных культур, к.с.-х.н. Кирина И.Б.

Программа рассмотрена на заседании кафедры торгового дела и товароведения, протокол № 6 от 15 января 2016 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от 15 марта 2016 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 7 от 17 марта 2016 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО

Программа рассмотрена на заседании кафедры торгового дела и товароведения, протокол № 8 от 03 апреля 2017 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от 18 апреля 2017 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от 20 апреля 2017 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО

Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии продуктов питания и товароведения, протокол № 9 от 29 марта 2018 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Плодоовощного института им. И.В. Мичурина Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от 16 апреля 2018 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 10 от 26 апреля 2018 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии продуктов питания и товароведения, протокол № 8 от 19 апреля 2019 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Плодоовощного института им. И.В. Мичурина Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от 22 апреля 2019 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от 25 апреля 2019 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии продуктов питания и товароведения, протокол № 8 от 23 марта 2020 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Плодоовощного института им. И.В. Мичурина Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от 20 апреля 2020 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от 23 апреля 2020 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.
Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии продуктов питания и товароведения, протокол № 9 от 12 апреля 2021 г.
Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Плодоовощного института им. И.В. Мичурина Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от 19 апреля 2021 г.
Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от 22 апреля 2021 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.
Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии продуктов питания и товароведения, протокол № 10 от 13 апреля 2022 г.
Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии плодовоовощного института им. И. В. Мичурина Мичуринского ГАУ, протокол №8 от 18 апреля 2022 г.
Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от 21 апреля 2022 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.
Программа рассмотрена на заседании кафедры продуктов питания, товароведения и технологии переработки продукции животноводства, протокол № 10 от 09 июня 2023 г.
Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института фундаментальных и прикладных агробιοтехнологий им. И.В. Мичурина, протокол № 11 от 19 июня 2023г.
Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 10 от 22 июня 2023 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.
Программа рассмотрена на заседании кафедры продуктов питания, товароведения и технологии переработки продукции животноводства, протокол № 10 от 13 мая 2024 г.
Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института фундаментальных и прикладных агробιοтехнологий им. И.В. Мичурина, протокол № 10 от 20 мая 2024г.
Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 09 от 23 мая 2024 г.

Оригинал документа хранится на кафедре продуктов питания, товароведения и технологии переработки продукции животноводства