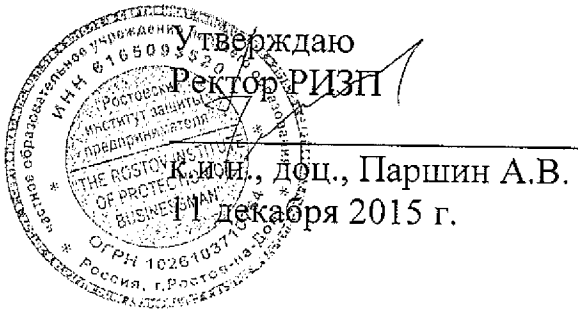


Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя»
(РИЗП)



Рассмотрено
на Ученом совете РИЗП
протокол №5/2 от
11 декабря 2015 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Конкурентоспособность организаций и товаров
(наименование дисциплины (модуля))

Код и наименование направления подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	<u>Маркетинг</u> (наименование направленности)
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр

Ростов-на-Дону
2015 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015г. № 1334.

Рабочая программа разработана для студентов 2014, 2015 года набора на 2015/2016 учебный год.

Автор(ы):

к.э.н., доц. Шпилевская Е.В.

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

Рекомендована кафедрой «Маркетинг»
протокол № 5 от 10.12.2015г.

Заведующий кафедрой

/ Крамаренко Р.Р./

(подпись, фамилия, инициалы)

Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2015, 2016
годов набора на 2016/2017
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10



Ректор института

Паршина А.А.
2016 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2015,
2016, 2017
годов набора на 2017/2018
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10



Ректор института

Паршина А.А.
2017 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2015,
2016, 2017, 2018
годов набора на 2018/2019
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10



Ректор института

Шпилевская Е.В.
2018 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов
2016, 2017, 2018, 2019 годов набора на
2019/2020 учебный год с учетом обновления раздела
(ов) 10

Ректор института
27 июня 2019 года

Паршина А.А.

© Шпилевская Е.В., 2015
© РИЗП, 2015

Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2018,
2019, 2020 годов набора на 2020/2021
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 2, 3, 4, 10.



Ректор института

/ Паршина А.А. /

« 28 » сентября 20 20 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов _____
_____ годов набора на _____
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) _____.

Ректор института

/ Паршина А.А. /

« ___ » _____ 20 ___ г.

Рабочая программа переутверждена для студентов _____
_____ годов набора на _____
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) _____.

Ректор института

/ Паршина А.А. /

« ___ » _____ 20 ___ г.

Рабочая программа переутверждена для студентов _____
_____ годов набора на _____
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) _____.

Ректор института

/ Паршина А.А. /

« ___ » _____ 20 ___ г.

Рабочая программа переутверждена для студентов _____
_____ годов набора на _____
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) _____.

Ректор института

/ Паршина А.А. /

« ___ » _____ 20 ___ г.

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цели изучения дисциплины: формирование у студентов целостной системы знаний, умений и навыков в вопросах теории и практики конкурентоспособности организации и товаров, о закономерностях и методах формирования устойчивых конкурентных преимуществ в условиях рыночной экономики.

Задачи изучения дисциплины

- изучение теоретико-методологических основ конкуренции как социально-экономического явления;
- формирование целостного представления о конкурентоспособности как экономической категории;
- ознакомление с нормативно-правовой базой, регулирующей вопросы обеспечения конкуренции на рынке товаров и услуг;
- раскрытие сущности и содержания основных понятий и категорий дисциплины, формирования понятийного аппарата у обучающегося;
- формирование базовых навыков самостоятельной работы студентов в системе обеспечения конкурентоспособности организации и товаров;
- ознакомление с основными инструментами, стратегиями и особенностями управления конкурентоспособностью организации и товаров.

Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Формируемые компетенции		планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) (знания и (или) умения и (или) навыки и (или) опыт деятельности, формируемые данной компетенцией)
индекс	формулировка	
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию,	Знать <ul style="list-style-type: none">– основные методы выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров (услуг);– основы маркетинговых коммуникаций– методики анализа и прогнозирования потребительского спроса;– методы анализа конъюнктуры рынка Уметь <ul style="list-style-type: none">– анализировать уровень удовлетворения потребностей покупателей;– на основе анализа строить прогнозы спроса на продукцию предприятия;– использовать маркетинговые коммуникации для целей формирования и удовлетворения потребностей покупателей Владеть <ul style="list-style-type: none">– понятийным аппаратом дисциплины;– навыками анализа и обработки маркетинговой

Формируемые компетенции		планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) (знания и (или) умения и (или) навыки и (или) опыт деятельности, формируемые данной компетенцией)
индекс	формулировка	
	конъюнктуру товарного рынка	информации; – методиками построения планов маркетинга.
ПК-8	готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Знать – основы организации работы предприятий торговли; – основы оценки качества торгового обслуживания; – методики обеспечения надлежащего качества торгового обслуживания Уметь – организовать торговое обслуживание потребителей; – оценить качество торгового обслуживания с позиции конкурентоспособности. Владеть – навыками работы с претензиями покупателей; – навыками мотивации сотрудников торгового предприятия в целях обеспечения качества обслуживания и повышения конкурентоспособности
ПК-9	готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знать – основы анализа стратегии организации; – методики разработки стратегий организации – методики оценки эффективности стратегий организации; Уметь – анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации в области управления конкурентоспособностью Владеть – навыками анализа и оценки стратегии организации – навыками разработки стратегий организации области управления конкурентоспособностью.

Раздел 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Дисциплина (модуль) «Конкурентоспособность организаций и товаров» (Б.1.В.ОД. 12) относится к числу вариативных дисциплин. Конкурентоспособность организаций и товаров изучается в девятом семестре студентами заочной формы обучения.

Успешное обучение по курсу «Конкурентоспособность организаций и товаров» предполагает наличие знаний, полученных в результате освоения курсов «Экономика предприятия (организации)», «Основы маркетинга», «Экономическая теория», «Финансы, денежное обращение, кредит», «Маркетинговые коммуникации» и др.

Дисциплина «Конкурентоспособность организаций и товаров» находится в тесной взаимосвязи с такими дисциплинами, как «Управление маркетингом», «Бухгалтерский учет», «Поведение потребителей» и др.

4

Раздел 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы или 144 часа. Основной единицей трудоемкости является зачетная единица (з.е.), равная 36 часам учебного времени.

Форма обучения	Заочная форма
Срок обучения	5 лет
Общий объем час по УП	144
Всего аудиторных занятий, час, в том числе:	14
- лекции	6
- семинарские занятия	8
- практические занятия	-
- лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа, час	130
Подготовка к занятию семинарского типа	41
конспектирование первоисточников и другой учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе	40
самостоятельное изучение вопросов по теме	40
выполнение курсовых проектов (работ)	-
подготовка к промежуточной аттестации	9
Зачеты, по семестрам,	-
Экзамены, по семестрам	9 с.

Раздел 4. Содержание дисциплины «Конкурентоспособность организаций и товаров» структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Формируемые компетенции	Названия модулей и тем	Трудоемкость по видам учебной работы					
		Общая трудоемкость	Контактная работа				Самостоятельная работа
			лекции	семинарские	практические	лабораторные работы	
ПК-3 ПК-8 ПК-9	Тема 1. Теоретические основы конкурентоспособности организации и товаров	26	1	1			25
ПК-3 ПК-8 ПК-9	Тема 2. Основы сбора и анализа маркетинговой информации	26	1	1			24
ПК-3 ПК-8 ПК-9	Тема 3. Анализ конкурентоспособности товаров (услуг)	27	1	2			24

ПК-3 ПК-8 ПК-9	Тема 4. Анализ конкурентоспособности организации	27	1	2			24
ПК-3 ПК-8 ПК-9	Тема 5. Конкурентные стратегии и управление конкурентоспособностью	28	2	2			24
Подготовка к промежуточной аттестации							
Заочная форма обучения		9					9

Содержание дисциплины (модуля) «Конкурентоспособность организаций и товаров»

Тема 1. Теоретические основы конкурентоспособности организации и товаров

Понятие конкуренция и конкурентоспособность. История появления и развития понятия «конкуренции». формы и виды конкуренции. значение конкуренции на рынке.

Конкурентная борьба: понятие, сущность, история развития. Основополагающие законы конкуренции. Теория конкуренции А. Смита. Теоретические взгляды на конкуренцию Ф. Энгельса, К. Маркса, Р. Гильфердинга, К. Каутского, Й. Шумпетера, Э. Чемберлина, Дж. Робинсон. Ученье М. Портера о конкуренции.

Типология конкурентной структуры рынков. типы рыночных структур и их характеристика. Понятие несовершенной конкуренции, виды и формы конкуренции и их характеристика.

Конкурентное преимущество: понятие и виды. Условия существования конкуренции и ее причины. Закон конкуренции. Конкурентные силы по М.Портеру. Методы конкуренции. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу. Отраслевая конкуренция. взаимодействие конкурентных сил в отрасли.

Тема 2. Основы сбора и анализа маркетинговой информации

Понятие маркетинговой информации и ее виды. Классификация маркетинговой информации. первичная и вторичная информация.

Методы сбора и обработки первичной информации. Источники первичной информации, их виды и классификация.

Методы сбора и обработки вторичной информации. Источники вторичной информации, их виды и классификация.

Классификация методов сбора информации о конкурентах. Аналитический открытый метод. Метод конкурентной разведки. Понятие бечмаркинга и особенности его применения. Выявление и оценка воздействия конкурентов на отраслевом рынке.

Методы обработки маркетинговой информации, корректировка на вероятность ошибки и допуски.

Тема 3. Анализ конкурентоспособности товаров (услуг)

Понятие конкурентоспособности товара (услуги). Цели и принципы оценки конкурентоспособности продукта. Современные подходы и методы оценки конкурентоспособности товаров (услуг), их классификация.

Исследование конкурентоспособности продукта, методы ее оценки. Критерии конкурентоспособности продукции. Факторы конкурентоспособности продукции.

Конкурентные преимущества товара (услуги), особенности оценки и управления.

Тема 4. Анализ конкурентоспособности организации

Понятие конкурентоспособности предприятия (организации). Анализ и оценка конкурентной среды. Сегментация рынка и определения круга конкурентов.

Анализ конкурентов: концепция конкуренции (модель М. Портера). Этапы исследования деятельности конкурирующих фирм. Выявление конкурентных преимуществ. Исследование эффективности маркетинговых стратегий фирмы и ее конкурентов. Анализ эффективности рекламных компаний.

Выявление конкурентных преимуществ предприятия и особенности их оценки.

Тема 5. Конкурентные стратегии и управление конкурентоспособностью

Базовые стратегии конкуренции и конкурентных преимуществ. Классификация конкурентных стратегий. Маркетинговые стратегии. Стратегии ведения конкурентной борьбы.

Виды конкурентных стратегий: корпоративные, отдельного бизнеса, функциональные. Конкурентные стратегии в зависимости от доли фирмы на рынке. Конкурентные стратегии в зависимости от ресурсов и условий экономической среды.

Стратегия роста малых фирм. Матрица «Издержки качества» и типы стратегий конкурентной борьбы.

Понятие конкурентного преимущества: виды и классификация. Формирование и управление конкурентным преимуществом. Основные типы конкурентных преимуществ. Этапы построения эффективной системы достижения и управления конкурентными преимуществами организации. Создание и развитие «цепочки ценностей фирмы». Методика оценки конкурентного преимущества организации. Типовые факторы конкурентного преимущества и их прогноз.

Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Конкурентоспособность организаций и товаров». (Приложение №1)

Раздел 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Конкурентоспособность организаций и товаров»

– Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) «Конкурентоспособность организаций и товаров».

Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Конкурентоспособность организаций и товаров»

7.1. Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законом РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008г. № 6 ФКЗ, от 30.12.2008г. № 7-ФКЗ// СЗ РФ. 2009. №4. Ст.445
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (в последней редакции) // СПС Консультант Плюс 2015
3. Гражданский Кодекс (часть вторая) от 26.01.1996 г. №14-ФЗ (в последней редакции) // СПС Консультант Плюс 2015
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (в последней редакции) // СПС Консультант Плюс 2015
5. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 7.02.1992 (ред. 13.07.2015 N 233-ФЗ) // СПС Консультант Плюс 2015//
6. Федеральный закон РФ от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (ред. 10.01 2017 г)// СПС Консультант Плюс 2015//
7. Федеральный закон РФ от 28.12.2009г. №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования и развития торговой деятельности в РФ» (в ред.от 31.12.2014 N 493-ФЗ)
8. Федеральный закон РФ от 28.12.2009г. №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования и развития торговой деятельности в РФ»(ред.28.12.2013 №446-ФЗ)// Российская газета Федеральный выпуск №5077 от 30.12.2009г.// СПС Консультант Плюс 2017//

7.2. Статистические материалы

1. Статистические материалы Банка России, размещенные на официальном сайте (www.cbr.ru)
2. Статистические материалы Госкомстата, размещенные на официальном сайте (www.gks.ru)
1. Статистические материалы Минэкономразвития РФ, размещенные на официальном сайте (<http://www.economy.gov.ru>)
3. Статистические материалы Министерства финансов РФ, размещенные на официальном сайте (<http://www.minfin.ru>)

8

7.3. Специальная литература

Основная:

1. Васильева Г.А., Романов А.А., Поляков В.А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие. – М.: Вузовский учебник, 2011. – 159 с. *
2. Драганчук Л.С. Потребительское поведение: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2012 *
3. Кузнецова Л.В. Черкасова Ю.Ю. Основы маркетинга: учебное пособие. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012 – 139 с*
4. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг» - М. : Высшее образование: Юрайт, 2012*
5. Парамонова, Т. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли : учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям коммерция», «Маркетинг», «Реклама» / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. – М. :КноРус, 2014. **
6. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг» - М. : Высшее образование: Юрайт, 2012. **
7. Царев В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология : учеб. Пособие для студентов вузов,. – М. : ЮНИТИ, 2012. **

Дополнительная:

1. Захарова, И. В. Маркетинг в вопросах и решениях : учеб. Пособие для студентов вузов, И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева. – М. :КноРус, 2011.**
2. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учеб. Пособие для студентов вузов, - М. :Юрайт, 2010**
3. Минько Э.В., Карпова Н.В. Маркетинг: учебное пособие. М: Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г**
4. Порамчук А.С. Экономика предприятия: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 458 с. *

* Библиотека ЧОУ ВО «РИЗП»

** ЭБС «КнигаФонд»

Раздел 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) «Конкурентоспособность организаций и товаров»

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам Интегральный каталог образовательных Интернет-ресурсов, электронная учебно-методическая библиотека для общего и профессионального

- образования, ресурсы системы федеральных образовательных порталов - <http://window.edu.ru/window>.
2. Информационно-правовой портал «Гарант» – <http://www.garant.ru>
 3. Интернет-версия справочной правовой системы «КонсультантПлюс» – <http://www.consultant.ru/online>

Раздел 9. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) «Конкурентоспособность организаций и товаров»

Освоение дисциплины (модуля) основано на комплексном формировании заданных показателей компетенций, представляющих собой, соответствующие знания, умения и навыки. Показатели компетенций «Знать» формируются преимущественно на основе лекционного материала и частично в результате выполнения заданий на самостоятельную работу.

Показатели компетенций «Уметь» и «Владеть» формируются в результате выполнения практических заданий и в результате выполнения заданий на самостоятельную работу.

К самостоятельной работе студентов относится: конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе; самостоятельное изучение вопросов по теме; подготовка к промежуточной аттестации.

Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) «Конкурентоспособность организаций и товаров», включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем лицензионное программное обеспечение:

Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod32 academic, ..

1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8.

профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».
2. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.

Раздел 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Конкурентоспособность организаций и товаров».

Для материально-технического обеспечения дисциплины (модуля) используются специальные помещения РИЗП, представляющие собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий

семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения РИЗП укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийное оборудование).

Для проведения занятий семинарского типа используется в том числе лаборатория информационных технологий, оснащенная лабораторным оборудованием – компьютерной техникой.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РИЗП.

Приложение №1
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Конкурентоспособность организаций и товаров

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Конкурентоспособность организаций и товаров
(наименование дисциплины (модуля))

Код и наименование направления подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	<u>Маркетинг</u> (наименование направленности)
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр

Ростов-на-Дону
2015 г.

РАЗДЕЛ 1.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер компетенции «ПК-3»	Формулировка компетенции «готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка»		
	Дисциплины (модули), формирующие компетенцию в процессе освоения образовательной программы		
	Индекс	Наименование	
		Этап формирования (семестр)	
		Заочная форма	
	Б1.Б.13	Основы маркетинга	3, 4
	Б1.Б.14	Коммерческая деятельность	3, 4
	Б1.В.ОД.2	Мерчандайзинг в торговле	8
	Б1.В.ОД.4	Правовое обеспечение информационной деятельности	5
	Б1.В.ОД.5	Информационные технологии в управлении	1
	Б1.В.ОД.6	Маркетинговые коммуникации	5
	Б1.В.ОД.7	Маркетинговые исследования	7
	Б1.В.ОД.8	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	7, 8
	Б1.В.ОД.9	Управление маркетингом	4, 5
	Б1.В.ОД.12	Конкурентоспособность организаций и товаров	9
	Б1.В.ДВ.2.2	Международная торговля	6
	Б1.В.ДВ.3.2	Торговое дело	1
	Б1.В.ДВ.6.1	Связи с общественностью (публик рилейшнз)	9
	Б1.В.ДВ.6.2	Брендинг	9
	Б1.В.ДВ.8.1	Поведение потребителей	8
	Б1.В.ДВ.9.1	Социальный маркетинг	9
	Б1.В.ДВ.9.2	История экономики	9
	Б1.В.ДВ.10.1	Бизнес-планирование	8
	Б2.У.1	Учебная практика (Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	8
	Б2.П.1	Производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	9
	Б2.П.2	Преддипломная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	10
	Б3.Д.1	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	10

Номер компетенции «ПК-8»	Формулировка компетенции «готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания»	
Дисциплины (модули), формирующие компетенцию в процессе освоения образовательной программы		Этап формирования (семестр)
Индекс	Наименование	Заочная форма
Б1.Б.14	Коммерческая деятельность	3, 4
Б1.Б.20	Организация и технология торговли	7, 8
Б1.В.ОД.2	Мерчандайзинг в торговле	8
Б1.В.ОД.8	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	7, 8
Б1.В.ОД.10	Международный маркетинг	8
Б1.В.ОД.12	Конкурентоспособность организаций и товаров	9
Б1.В.ДВ.3.1	Организация предпринимательской деятельности	1
Б1.В.ДВ.7.1	Интернет маркетинг	9
Б1.В.ДВ.7.2	Инновационный маркетинг	9
Б1.В.ДВ.8.1	Поведение потребителей	8
Б1.В.ДВ.10.2	Инновации в торговле	8
Б2.П.1	Производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	9
Б2.П.2	Преддипломная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	10
Б3.Д.1	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	10
Номер компетенции «ПК-9»	Формулировка компетенции «готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации»	
Дисциплины (модули), формирующие компетенцию в процессе освоения образовательной программы		Этап формирования (семестр)
Индекс	Наименование	Заочная форма
Б1.Б.13	Основы маркетинга	3, 4
Б1.Б.18	Менеджмент	3, 4
Б1.В.ОД.8	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	7, 8
Б1.В.ОД.11	Экономический анализ деятельности предприятия	9
Б1.В.ОД.12	Конкурентоспособность организаций и товаров	9
Б1.В.ОД.14	Налогообложение и ценообразование	8
Б1.В.ОД.16	Внешнеэкономическая деятельность	9
Б1.В.ОД.18	Рекламная деятельность	6
Б1.В.ДВ.2.1	Мировая экономика и международные экономические отношения	6
Б1.В.ДВ.4.1	Математические методы и модели в маркетинге	7
Б1.В.ДВ.5.2	Эконометрика	6

Б1.В.ДВ.11.2	Экономика и управление организациями малого бизнеса	7
Б2.П.1	Производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	9
Б2.П.2	Преддипломная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	10
Б3.Д.1	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	10

1.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Номер компетенции	Показатели оценивания компетенций (знания и (или) умения и (или) навыки и (или) опыт деятельности, формируемые данной компетенцией)	Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования		
		1-й уровень «УЗНАВАНИЕ»	2-й уровень «ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ»	3-й уровень «ПРИМЕНЕНИЕ»
ПК-3	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров (услуг); - основы маркетинговых коммуникаций - методики анализа и прогнозирования потребительского спроса; - методы анализа конъюнктуры рынка <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать уровень удовлетворения потребностей покупателей; - на основе анализа строить прогнозы спроса на продукцию предприятия; - использовать маркетинговые коммуникации для целей формирования и удовлетворения потребностей покупателей <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятийным аппаратом дисциплины; - навыками анализа и обработки маркетинговой информации; - методиками построения планов маркетинга. 	+	+	+
ПК-8	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы организации работы предприятий торговли; - основы оценки качества торгового обслуживания; - методики обеспечения надлежащего качества 	+	+	+

	<p>торгового обслуживания</p> <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> – организовать торговое обслуживание потребителей; – оценить качество торгового обслуживания с позиции конкурентоспособности. <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с претензиями покупателей; – навыками мотивации сотрудников торгового предприятия в целях обеспечения качества обслуживания и повышения конкурентоспособности 			
ПК-9	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы анализа стратегии организации; – методики разработки стратегий организации – методики оценки эффективности стратегий организации; <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации в области управления конкурентоспособностью <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа и оценки стратегии организации – навыками разработки стратегий организации области управления конкурентоспособностью. 	+	+	+

1.3. Шкала оценивания компетенций

Оценка за экзамен	Критерии оценивания компетенций
«Неудовлетворительно»	Студент не знает значительной части программного материала (менее 50% правильно выполненных заданий от общего объема работы), допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена.
«Удовлетворительно»	Студент показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, в целом, не препятствует усвоению последующего программного материала, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена на минимально допустимом уровне.
«Хорошо»	Студент показывает твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, допуская некоторые неточности; демонстрирует хороший уровень освоения материала, информационной и

	коммуникативной культуры и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена.
«Отлично»	Студент глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена.

Раздел 2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

**Проверяемая компетенция ПК-3
Типовые контрольные задания и иные материалы,
необходимые для оценки знаний:**

1. Сервисные микрофакторы конкурентоспособности.
2. Рыночные микрофакторы конкурентоспособности.
3. Сбытовые микрофакторы конкурентоспособности.
4. Роль стандартизации в обеспечении конкурентоспособности.
5. Роль сертификации в обеспечении конкурентоспособности.
6. Роль конкурсов как инструментов установления конкурентоспособности.

Тестовые задания:

1. В переводе с латинского термин «конкуренция» означает
 - а. сталкивание
 - б. борьба
 - в. услуга
2. Цель конкуренции —
 - а. занять место на рынке
 - б. удовлетворить спрос потребителей
 - в. получение прибыли от реализации товаров
3. Предприятие в условиях конкуренции разрабатывает стратегию, чтобы определить:
 - а. сильные стороны конкурентов
 - б. как нужно отвечать на действия конкурентов
 - в. слабые стороны конкурентов
4. Главным элементом на рынке конкуренции является
 - а. реклама
 - б. товар
 - в. конкурент
5. Конкурентоспособность товара – это
 - а. фальсификация товара
 - б. уровень его потребительских свойств

17

- в. способ реализации товара
6. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества
- а. подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;
 - б. позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;
 - в. одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.

**Типовые контрольные задания и иные материалы,
необходимые для оценки умений:**

1. Правило «ромба М. Портера»
2. Характеристика макроэкономических факторов, влияющих на «качественную» составляющую конкурентоспособности.
3. Характеристика макроэкономических факторов, влияющих на «ценообразующую» составляющую конкурентоспособности.
4. Производственные микрофакторы конкурентоспособности.
5. Понятие мезоэкономических факторов конкурентоспособности.
6. Понятие и роль факторов конкурентоспособности.

Тестовые задания

1. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведётся за счет
 - а. снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности;
 - б. увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену;
 - в. повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.
2. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:
 - а. подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;
 - б. позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;
 - в. одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.
3. Потребительские свойства товара – ____
 - а. фальсификация товара
 - б. свойства товара, проявляющиеся при его использовании
 - в. потребителем в процессе удовлетворения потребностей
 - г. средство его реализовать
4. Маркетинговая и коммерческая деятельность предприятия ____
 - а. маркетинговые исследования
 - б. позволяет привлечь покупателя к товарам и услугам
 - в. установление цены

5. Недостатки органолептического метода определения показателей качества:
- субъективность;
 - точность оценки;
 - сложность;
 - длительность по времени;
6. Работа ___ была посвящена исследованиям зависимости конкурентоспособности предприятия от качества выпускаемой продукции
- А.Фейгенбаума
 - Ф.Кросби
 - В.Шухарта
 - Д.Джурана

**Типовые контрольные задания и иные материалы,
необходимые для оценки навыков:**

- Понятие о конкурентоспособности и ее характеристиках.
- Объекты оценки конкурентоспособности.
- Субъекты оценки конкурентоспособности.
- Критерии конкурентоспособности: сущность и группировка.
- Критерии конкурентоспособности как носители информации об удовлетворяемых потребностях.
- Характеристика ограничительных и оценочных критериев конкурентоспособности.

Тестовые задания

- Термин «качество продукции» трактуется как совокупность всех характеристик ___
 - которые придают ей способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности
 - которые обуславливают её безопасность
 - количественных
 - качественных
- Выборочный контроль качества предусматривает проверку ___
 - части продукции, определяемой нормативными документами
 - каждой единицы продукции
 - части продукции, определяемой исполнителем
 - части продукции, определяемой производителем
- Товар народного потребления – это
 - товар, предназначенный для личного пользования
 - товар, предназначенный для личного, домашнего пользования
 - товар, связанный с предпринимательской деятельностью
- Требования предъявляемые к товарам для детей
 - широкий ассортимент, низкие цены
 - повышенные требования по безопасности
 - практичность, доступность.
- Термин «жизненный цикл товара» означает ___
 - это период изготовления
 - это продолжительность жизни товара на рынке
 - это период пользования товаром

6. Существует модель жизненного цикла товара, состоящая из 4 стадий:
- а. первая, вторая, третья, четвертая
 - б. нулевая, первая, вторая, третья
 - в. начальная, первая, средняя, конечная

Проверяемая компетенция ПК-8
Типовые контрольные задания и иные материалы,
необходимые для оценки знаний:

1. Факторы конкурентоспособности: сущность и классификация.
2. Уровень качества товара как критерий конкурентоспособности.
3. Основные и развитые факторы конкурентоспособности.
4. Общие и специализированные факторы конкурентоспособности.
5. Правило Ромба М. Портера.
6. Стабильность уровня качества.

Тестовые задания:

1. Сущность рыночных взаимоотношений между изготовителями или продавцами однородных товаров и услуг – это
 - а. производство товара
 - б. спрос на товар
 - в. конкуренция товаров
2. Метод использующийся для выявления недостатков продукции
 - а. комплексный метод
 - б. дифференциальный метод
 - в. смешанный метод
3. Метод, использующийся для оценки конкурентоспособности на стадии разработки, производства или реализации товара, называется ____
 - а. смешанный метод
 - б. комплексный метод
 - в. дифференциальный метод
4. Оценка соответствия изделия конкретным потребностям – это
 - а. смешанный метод
 - б. комплексный метод
 - в. дифференциальный метод
5. Преимуществом комплексного метода является ____
 - а. простота расчетов
 - б. наглядность
 - в. оптимальное количество показателей в оценке
6. Не существующий вид интервью
 - а. единичное интервью
 - б. индивидуальное интервью
 - в. групповое интервью

Типовые контрольные задания и иные материалы,
необходимые для оценки умений:

1. Развитие кластеров и технопарков как фактор конкурентоспособности товаров.

2. Концепция «шесть сигма» как фактор стабильности качества.
3. Методика комплексной оценки уровня качества товаров.
4. Методика определения весомости критериев конкурентоспособности.
5. Социальная адресность товара как критерий конкурентоспособности.
6. Безопасность как критерий конкурентоспособности.

Тестовые задания

1. Уровень потребительских свойств, сформировавшийся в сознании потребителя как результат воздействия рекламы – это
 - а. цена потребления
 - б. групповое интервью
 - в. полезный эффект

2. Идентификация товара — это
 - а. аудит
 - б. процедура
 - в. сертификация

3. Совокупность процесса и результата целевой деятельности сервисного предприятия по удовлетворению конкретной бытовой потребности индивидуального заказчика – это

продукция

услуга

товар

4. Существуют методы конкурентоспособности:
 - а. базовый метод
 - б. дифференцированный метод
 - в. классический метод

5. «Цена потребления» означает
 - а. цена с наценкой
 - б. фактор конкурентоспособности
 - в. цена производителя

6. Согласно мнению А. Маслоу социальные потребности включают
 - а. желание эстетического удовлетворения
 - б. потребность в любви
 - в. требования к качеству товара

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:

1. Подлинность как критерий конкурентоспособности.
2. Информативность как критерий конкурентоспособности.
3. Потребительская новизна как критерий конкурентоспособности.
4. Стабильность новизны как критерий конкурентоспособности.
5. Имидж как критерий конкурентоспособности.
6. Поправка на имидж при оценке конкурентоспособности товаров и организации.

Тестовые задания

1. Биологическая природа человека порождена следующими материальными потребностями:
 - а. деньги

- б. необходимость поддержания существования
 - в. нужда
2. Духовная потребность – это
- а. это искусство
 - б. участие в общественной деятельности
 - в. потребность направлена на воспроизводство человека как личность
3. Форма проведения опросов с помощью заранее составленной анкеты – это
- а. анкетирование
 - б. интервью
 - в. наблюдение
4. Действительные потребности – это потребности, в основе которых лежат
- а. желаемые блага
 - б. реальные нормативы
 - в. денежные средства
5. Анкета — это
- а. список вопросов
 - б. инструкция
 - в. исследование
6. Существует три способа анкетирования
- а. наглядное, почтовое, опросное
 - б. опросное, групповое, почтовое
 - в. опросное, выборочное, почтовое

Проверяемая компетенция ПК-9
Типовые контрольные задания и иные материалы,
необходимые для оценки знаний:

- 1. Факторы формирующие имидж товара и организации.
- 2. Конкурентные преимущества товаров: виды, способы представления.
- 3. Цена потребления как критерий конкурентоспособности.
- 4. Комбинация цены и качества как основа конкурентной стратегии.
- 5. Красная цена как конкурентоспособная цена.
- 6. Методы оценки уровня качества товаров.

Тестовые задания:

- 1. Имидж – в переводе с английского означает:
 - а. образ
 - б. качество
 - в. творчество
- 2. Понятие имидж означает:
 - а. конкурентоспособность
 - б. сфера деятельности рынка
 - в. известность и качество
- 3. Имидж предприятия переносится на его:
 - а. продукцию
 - б. цену
 - в. обязательства

4. Для поддержания имиджа требуется:
- стабильный рынок
 - стабильная цена, реклама
 - стабильный уровень качества, реклама
5. Название «брендинг» означает ____
- этикетка
 - клеймо
 - наклейка
6. Товарным знаком называется ____
- зарегистрированная марка товара
 - этикетка товара
 - фирменный знак

**Типовые контрольные задания и иные материалы,
необходимые для оценки умений:**

- Методика оценки адекватности цены качеству.
- Классификация методов оценки конкурентоспособности.
- Характеристика прямых и косвенных методов оценки конкурентоспособности.
- Методы оценки конкурентоспособности, применяемые на различных стадиях жизненного цикла.
- Характеристика методов оценки конкурентоспособности исходя из формы представления данных.
- Карта рынка как способ позиционирования конкурентоспособности товаров и услуг.

Тестовые задания

- Влияние на ценообразование оказывает

 - качество товара
 - рынок товаров
 - конкуренция

- С позиции потребителей конкурентоспособность товара, оценивается по следующим факторам:

 - производственное, рыночное
 - производственное, сервисное,
 - производственное, сбытовое, сервисное, рыночное

- Деятельность по установлению в нормативных документах определенных требований – это

 - сертификация
 - стандартизация
 - технический паспорт

- Завершение удовлетворения потребности в процессе разового или длительного использования товара или услуги – это

 - консумация
 - перцепция
 - манипуляция

- Человек проявляет физиологическую значимость через ____

- а. духовность
 - б. представления собственного тела
 - в. труд
6. Человек проявляет социальную значимость через ____
- а. потребление модных и дорогих товаров
 - б. общество
 - в. труд

**Типовые контрольные задания и иные материалы,
необходимые для оценки навыков:**

1. Цели оценки конкурентоспособности товаров и организации.
2. Принципы оценки конкурентоспособности товаров и организации.
3. Методика формирования номенклатуры критериев конкурентоспособности товаров.
4. Порядок оценки конкурентоспособности товаров и организации.
5. Выбор приоритетных критериев конкурентоспособности товаров.
6. Характеристика природных и развитых факторов, специальных и универсальных факторов конкурентоспособности.

Тестовые задания

1. Абсолютные потребности это
 - а. достижимые блага
 - б. желаемые, но практически не достижимые блага
 - в. не желаемые, но достижимые блага
2. Потребности, которые проявляются в форме спроса – это:
 - а. абсолютные потребности
 - б. действительные потребности
 - в. платежеспособные потребности
3. Критерий сегментирования рынка — это
 - а. показатель емкости сегмента
 - б. показатель того, насколько верно фирма выбрала тот или иной рынок для деятельности
 - в. возможность получить необходимую информацию для создания банка данных по сегменту
 - г. прогноз изменения размеров сегментов
4. Показатель качества продукции означает
 - а. это лабораторные исследования
 - б. внешний вид
 - в. это количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющие ее качество
5. Предлагаемые услуги должны соответствовать
 - а. качеству выполнения
 - б. нормативным требованиям
 - в. условиям выполнения
6. Критериями конкурентоспособности являются:
 - а. Закон РФ, ГОСТ Р, ТУ, стандарт отрасли
 - б. ГОСТ Р, ТУ, паспорт
 - в. Закон РФ, стандарт отрасли, сертификат

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Верю, подтверждаю
Ректор РИЗП

К.б.н., доц., Паршина А.А.
30 июня 2016 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2016 /2017 учебный год**

В рабочую программу Конкурентоспособность организаций и товаров

(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело

(код) наименование направления подготовки)

с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем	Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем
лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8. профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.	лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8. профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»

дополнения:

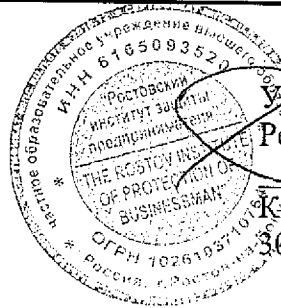
Обновления вносит _____ к.э.н., доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинга № 14 от 30.06.2016 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

25

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Утверждаю
Ректор РИЗП

К.ю.н., доц., Паршина А.А.
30 июня 2017 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2017 /2018 учебный год**

В рабочую программу Конкурентоспособность организаций и товаров
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
(код) наименование направления подготовки)

с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>	<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>
лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8. профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»	лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2013, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8. профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 2.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»

дополнения:

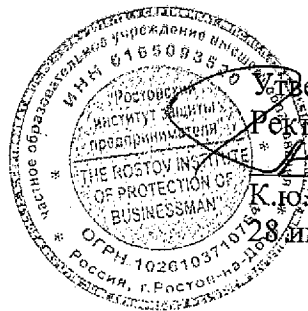
Обновления вносит _____ к.э.н. доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинга № 11 от 26.06.2017 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

26

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Утверждаю
Ректор РИЗП

К.Ю.н., доц., Паршина А.А.
28 июня 2018 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2018/2019 учебный год**

В рабочую программу Конкурентоспособность организаций и товаров
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
(код) наименование направления подготовки)

с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>	<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>
лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2013, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8.	лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов MyTestx. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8.
профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 2.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»	профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».

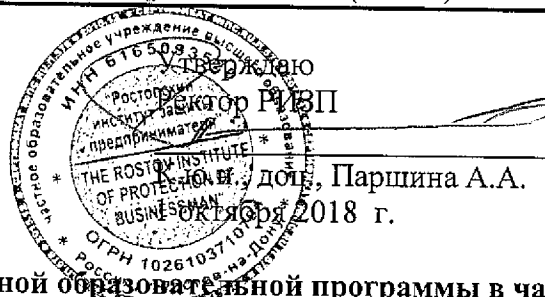
дополнения:

Обновления вносит _____ к.э.н., доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинга № 11 от 26.06.2018 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2018/2019 учебный год**

В рабочую программу **Конкурентоспособность организаций и товаров**
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки **38.03.06 Торговое дело**

(код) наименование направления подготовки)

с учетом заключения договора №146-09/2018 об оказании информационных услуг от 18 сентября 2018 г. по предоставлению доступа к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
7.1. Основная литература: 1. Васильева Г.А., Романов А.А., Поляков В.А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие. – М.: Вузовский учебник, 2011. – 159 с. * 2. Драганчук Л.С. Потребительское поведение: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2012 * 3. Кузнецова Л.В., Черкасова Ю.Ю. Основы маркетинга: учебное пособие. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012 – 139 с* 4. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг» - М. : Высшее образование: Юрайт, 2012* 5. Парамонова, Т. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли : учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям коммерция», «Маркетинг», «Реклама» / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. – М. : КноРус, 2014. ** 6. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг» - М. : Высшее образование: Юрайт, 2012. ** 7. Царев В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология : учеб. Пособие для студентов	7.1. Основная литература: 1. Залозная, Д.В. Учебное пособие по дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятия» / Д.В. Залозная, М.В. Тарадина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 327 с. ** 2. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): Теория и методология : учебное пособие / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 799 с. ** 7.2. Дополнительная литература: 1. Титова, Н.А. Формирование и оценка конкурентоспособности предприятия розничной торговли : учебное пособие / Н.А. Титова, В.В. Колочева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Новосибирский государственный технический университет. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 100 с. ** 2. Теория и практика оценки конкурентоспособности : учебное пособие / Е. Чмышенко, О. Лазарева, Е. Чмышенко, Н. Бондарчук ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный

28

вузов, - М. : ЮНИТИ, 2012. **

7.2. Дополнительная литература:

1. Захарова, И. В. Маркетинг в вопросах и решениях : учеб. Пособие для студентов вузов, И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева. - М. : КноРус, 2011. **

2. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учеб. Пособие для студентов вузов, - М. : Юрайт, 2010 **

3. Минько Э.В., Карпова Н.В. Маркетинг: учебное пособие. М: Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г **

4. Порамчук А.С. Экономика предприятия: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 458 с. *

* Библиотека РИЗП.

** ЭБС «КнигаФонд».

университет». - Оренбург : Агентство Пресса, 2013. - 150 с. **

* Библиотека РИЗП.

** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».

Обновления вносит _____

(подпись)

к.э.н. доц. Левчук В.В.

(должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры

Маркетинга

№ 2 от 25.09.2018 г.

(наименование кафедры)

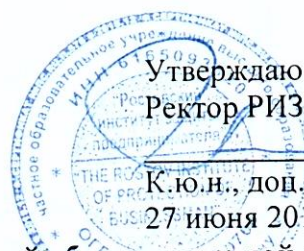
Заведующий кафедрой _____

(подпись)

к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.

(Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**


 Утверждаю
 Ректор РИЗП
 К.ю.н., доц., Паршина А.А.
 27 июня 2019 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2019/2020 учебный год**

В рабочую программу _____ **Конкурентоспособность организаций и товаров** _____
 (наименование дисциплины (модуля))
 для направления подготовки _____ **38.03.06 Торговое дело** _____
 (код) наименование направления подготовки)
 с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
 вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<p><i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i></p> <p>лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов MyTestx. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>	<p><i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i></p> <p>лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов MyTestx. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p>

дополнения:

Обновления вносит _____ к.э.н., доц. Левчук В.В. _____
 (подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
 _____ № 11 от 26.06.2019 г.
 (наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р. _____
 (подпись) (Ф.И.О)

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)



Утверждаю
Ректор РИЗП

К.э.н., доц., Паршина А.А.
25 июня 2020 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2020/2021 учебный год**

В рабочую программу _____ **Конкурентоспособность организаций и товаров**
(наименование дисциплины (модуля))
для направления подготовки _____ **38.03.06 Торговое дело**
(код) наименование направления подготовки)

с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем	Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем
лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов My Testx, 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64. профессиональные базы данных и информационные справочные системы: Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.	лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов My Testx, 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64. профессиональные базы данных и информационные справочные системы: Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».

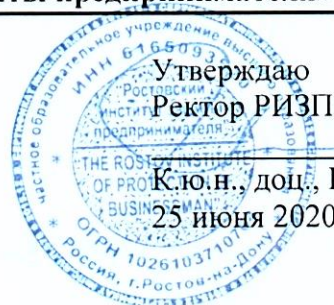
дополнения:

Обновления вносит _____ к.э.н., доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинг, реклама и туризм протокол № 10 от 25.05.2020 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)



Обновление основной профессиональной образовательной программы в части содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля) (изменения и дополнения к рабочей программе)

В рабочую программу Конкурентоспособность организаций и товаров
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
(код) наименование направления подготовки)

Раздел 2, раздел 3 и раздел 4 читать в следующей редакции:

Раздел 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Дисциплина (модуль) «Конкурентоспособность организаций и товаров» относится к вариативной части учебного плана. Конкурентоспособность организаций и товаров изучается в 7 семестре студентами очной формы обучения, в девятом семестре студентами заочной формы обучения.

Раздел 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы или 144 часа. Основной единицей трудоемкости является зачетная единица (з.е.), равная 36 часам учебного времени.

Форма обучения	Очная форма	Заочная форма
Срок обучения	4 года	5 лет
Общий объем час по УП	144	144
Всего аудиторных занятий, час, в том числе:	32	14
- лекции	16	6
- семинарские занятия	16	8
- практические занятия	-	-
- лабораторные занятия	-	-
Самостоятельная работа, час	112	130
Подготовка к занятию семинарского типа	20	41
конспектирование первоисточников и другой учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе	20	40
самостоятельное изучение вопросов по теме	36	40
выполнение курсовых проектов (работ)	-	-
подготовка к промежуточной аттестации	36	9
Зачеты, по семестрам,	-	-
Экзамены, по семестрам	7с	9 с.

**Раздел 4. Содержание дисциплины «Конкурентоспособность организаций и товаров»
структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества
академических часов и видов учебных занятий**

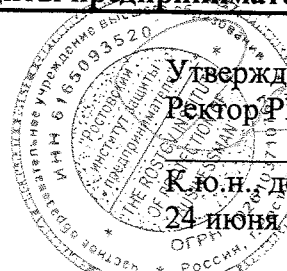
Формируемые компетенции	Названия модулей и тем	Трудоёмкость по видам учебной работы					
		Общая трудоёмкость	Контактная работа				Самостоятельная работа
			лекции	семинарские	практические	лабораторные работы	
ПК-3 ПК-8 ПК-9	Тема 1. Теоретические основы конкурентоспособности организации и товаров						
	Очная форма обучения	21	3	3			15
	Заочная форма обучения	27	1	1			25
ПК-3 ПК-8 ПК-9	Тема 2. Основы сбора и анализа маркетинговой информации						
	Очная форма обучения	21	3	3			15
	Заочная форма обучения	27	1	1			25
ПК-3 ПК-8 ПК-9	Тема 3. Анализ конкурентоспособности товаров (услуг)						
	Очная форма обучения	21	3	3			15
	Заочная форма обучения	27	1	2			24
ПК-3 ПК-8 ПК-9	Тема 4. Анализ конкурентоспособности организации						
	Очная форма обучения	21	3	3			15
	Заочная форма обучения	27	1	2			24
ПК-3 ПК-8 ПК-9	Тема 5. Конкурентные стратегии и управление конкурентоспособностью						
	Очная форма обучения	24	4	4			16
	Заочная форма обучения	27	2	2			23
Подготовка к промежуточной аттестации							
Очная форма обучения		36					36
Заочная форма обучения		9					9

Обновления вносит _____ к.э.н., доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинг, реклама и туризм протокол № 10 от 25.05.2020 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**


 Утверждаю
 Ректор РИЗП
 К. Ю. Н. доц., Паршина А.А.
 24 июня 2021 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2021/2022 учебный год**

В рабочую программу Конкурентоспособность организаций и товаров
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
(код) наименование направления подготовки)

с учетом заключения договора №147-09/2020 об оказании информационных услуг от 22 сентября 2020 г. по предоставлению доступа к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» и договора о сотрудничестве с ООО «Софттех» от 03.03.2021 вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<p>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</p>	<p>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</p>
<p>7.1. Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Васильева Г.А., Романов А.А., Поляков В.А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие. – М.: Вузовский учебник, 2011. – 159 с. * 2. Драганчук Л.С. Потребительское поведение: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2012 * 3. Кузнецова Л.В. Черкасова Ю.Ю. Основы маркетинга: учебное пособие. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012 – 139 с* 	<p>7.1. Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник : [16+] / Л. П. Дашков, В. К. Памбуччианц, О. В. Памбуччианц. – 12-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 456 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495756 ** 2. Основы розничной торговли : учебное пособие : [16+] / сост. Е. В. Байматова, В. Г. Шадрин, Е. Ю. Лобач ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2018. – 98 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600236 **
<p>7.2. Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг» - М. : Высшее образование: Юрайт, 2012* 2. Парамонова, Т. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли : учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 	<p>7.2. Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Парамонова, Т. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли : учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям коммерция», «Маркетинг», «Реклама» / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. – М. : КноРус, 2014. ** 2. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция

<p>коммерция», «Маркетинг», «Реклама» / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. – М. :КноРус, 2014. **</p> <p>3.Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг» - М. : Высшее образование: Юрайт, 2012. **</p> <p>4. ЦаревВ.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология : учеб. Пособие для студентов вузов,. – М. : ЮНИТИ, 2012. **</p> <p>* Библиотека РИЗП.</p> <p>** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».</p>	<p>(торговое дело)» и «Маркетинг» - М. : Высшее образование: Юрайт, 2012.**</p> <p>* Библиотека РИЗП.</p> <p>** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».</p>
<p><i>Раздел 10.</i></p>	<p><i>Раздел 10.</i></p>
<p>Лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций MicrosoftWindows 10 home,Офис2016, Антивирусная программаNod 5 academic,Интернет прокси сервер + фаерволUserGade, программа для тестирования студентов MyTestx.1c: Зарплата и Управление Персоналом 8.1c:Предприятие 8.1c:Бухгалтерия 8.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 97. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».</p> <p>98. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p> <p>99. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>	<p>Лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016,Антивирусная программаNod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаерволUserGade, программа для тестирования студентов MyTestx.1c: Зарплата и Управление Персоналом 8.1c:Предприятие 8.1c:Бухгалтерия 8, 1 c: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведений.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 97. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».</p> <p>98. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p> <p>99. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>

и дополнения:

Дополнить рабочую программу по дисциплине (модулю) разделами:

Раздел 12. Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является

модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы. Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

Раздел 13. Реализация образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий

Согласно части 2 статьи 16 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ возможна реализация в образовательных организациях образовательных программ с применением дистанционных образовательных технологий.

При реализации дистанционного обучения образовательная организация обеспечивает функционирование электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств, взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет", а также освоение обучающимися образовательных программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Организация предоставляет учебно-методическую помощь обучающимся, в том числе в форме индивидуальных консультаций, оказываемых дистанционно с использованием информационных и телекоммуникационных технологий.

Организация самостоятельно определяют объем аудиторной нагрузки и соотношение объема занятий, проводимых путем непосредственного взаимодействия педагогического работника с обучающимся, и учебных занятий с применением дистанционных образовательных технологий.

Обновления вносит _____ к.э.н, доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры «Маркетинг, реклама и туризм» протокол № 10 «24» мая 2021 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)