

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.Б.25 «ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА»

Название кафедры: кафедра механики и автотранспортного сервиса

1.Цель и задачи дисциплины Обеспечение конкурентоспособности предприятий сферы сервиса основывается на выборе направлений по достижению конкурентных преимуществ, направленных на улучшение условий позиционирования своих продуктов (услуг) на рынке и достижение более высокого уровня конкурентоспособности.

Основная цель дисциплины – является приобретение знаний, умений и навыков в области организации и управления подразделениями и службами сервиса, формирование аналитического склада мышления у студентов и навыков оценки конкурентоспособности.

Задачи дисциплины - научить студентов:

- показывать цели и задачи внутрифирменного обеспечения конкурентной среды;
- обобщать теорию и практику планирования, организации и контроля маркетинговой деятельности предприятий в условиях рынка;
- раскрывать сущность конкурентных стратегий и предпринимательского решения в условиях конкуренции;
- излагать основы формирования культуры предпринимательства, как составной части успешного предпринимательства;
- излагать особенности применения тех или иных форм и видов предпринимательской деятельности в условиях постоянного изменения конкурентной среды
- разрабатывать товарную, ценовую, сбытовую и рекламную политику фирмы с использованием новейших методов управления спросом;
- показывать движущие силы конкуренции и методы оценки конкурентоспособности.

В методологическом отношении изучение данной дисциплины направлено на формирование у будущих специалистов нового экономического мышления, основанного на использовании философии ведения деловых операций при решении определенных проблем потребителя.

2.Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина «Обеспечение конкурентоспособности предприятий сферы сервиса» включена в базовую часть Блока 1 учебного плана подготовки бакалавра по направлению 43.03.01. «Сервис».

Базовыми дисциплинами для изучения курса являются: «Основы предпринимательской деятельности», «Организация и планирование

деятельности предприятий сервиса», «Экономика, а также навыки, приобретенные в процессе прохождения учебной практики.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2);
- готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-8);
- готовность к организации контактной зоны предприятия сервиса (ПК-1);
- готовность к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-2);
- готовность к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности (ПК-3);
- готовность к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов (ПК-4);
- готовность к выполнению инновационных проектов в сфере сервиса (ПК-5);
- способность к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями (ПК-8);
- способность выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности (ПК-9).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы конкуренции и основы маркетинговой деятельности предприятия в условиях рыночной экономики;
- законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие производственно-хозяйственную, финансово-экономическую и маркетинговую деятельность предприятия;
- современные подходы к трактовке проблем совершенной и несовершенной конкуренции;
- отечественный и зарубежный опыт в области конкурентоспособности предприятий сферы сервиса в условиях рыночной экономики;
- методы изучения рыночной конъюнктуры;
- особенности монополизма и методы антимонопольной политики;
- современные методы планирования, организации и проведения маркетинговых исследований.

Уметь:

- проводить экономический анализ конкурентной среды в условиях постоянного изменения рыночной ситуации;
- выявлять проблемы экономического характера при анализе маркетинговых ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;
- систематизировать и обобщать маркетинговую информацию в области товарной, ценовой, сбытовой и рекламной политики предприятия;
- проводить исследования внешней и внутренней среды предприятия, основных факторов, формирующих динамику потребительского спроса на продукцию предприятия;
- реализовывать полученные знания для использования современных способов и средств определения состояния предпринимательской деятельности в условиях конкуренции.

Владеть:

- анализом вторичной и первичной информации о динамике развития внешней и внутренней среды предприятия;
- анализом конъюнктуры рынка и оценки рыночных позиций предприятия
 - сегментацией рынка и позиционирования товара на рынке;
 - оценкой эффективности рекламных мероприятий;
 - разработкой комплекса маркетинга и плана маркетинга предприятия;
 - решением задач обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы сервиса при помощи современных представлений о взаимодействии рыночных субъектов, а также механизма регулирования пропорций между ними;
- определением экономической эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

4.Общий объём дисциплины: 5 з.е. (180 час.)

5.Дополнительная информация:

- в процессе обучения дисциплины используются электронные средства обучения, учебно-наглядные, презентации и видео материалы.

6.Виды и формы промежуточной аттестации

Экзамен (8 семестр)