

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.16 Управление конкурентоспособностью организации

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг

бакалавр

очная

1. Цель дисциплины

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования профессиональной деятельности	ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет	знает Основы анализа деятельности конкурентов умеет Анализировать деятельность конкурентов владеет навыками навыками анализа деятельности конкурентов
ПК-3 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку ее эффективности реализации	ПК-3.1 Формирует комплекс маркетинга организации	знает методы формирования маркетинга организации умеет Формировать комплекс маркетинга организации владеет навыками навыками формирования маркетинга организации

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью организации» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений программы.

Изучение дисциплины осуществляется в 7 семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Цифровые технологии в профессиональной деятельности

Производственная практика

Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах

Маркетинг в АПК

Теория конкуренции

Конкуренция и конкурентоспособность

Ассортиментная политика

Введение в профессиональную деятельность

Интернет-маркетинг

Информационные технологии в маркетинге

Маркетинговая политика

Маркетинговые исследования

Поведение потребителей

Ценообразование в маркетинге

Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности

Товарная политика

Управление качеством

Экономический анализ маркетинговых решений

Конкурентный анализ Цифровые технологии в профессиональной деятельности

Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализ
Производственная практика
Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализ
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах

Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализ
Маркетинг в агробизнесе
Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализ
Конкуренция и конкурентоспособность

Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализ
Ассортиментная политика
Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализ
Введение в профессиональную деятельность

Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализ
Интернет-маркетинг
Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализ
Маркетинговая политика

Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализ
Маркетинговые исследования и рыночная аналитика
Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализ
Поведение потребителей

Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализЦенообразование в маркетинге
Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализТоварная политика

Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализЭкономический анализ маркетинговых решений
Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализКонкурентный анализ

Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализ
Нейромаркетинг
Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализ
Информационные технологии в маркетинге

Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализИнструменты анализа и визуализации данных
Цифровые технологии в профессиональной деятельности
Производственная практика
Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
Маркетинг в АПК
Теория конкуренции
Конкуренция и конкурентоспособность
Ассортиментная политика
Введение в профессиональную деятельность
Интернет-маркетинг
Информационные технологии в маркетинге
Маркетинговая политика
Маркетинговые исследования
Поведение потребителей
Ценообразование в маркетинге
Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
Товарная политика
Управление качеством
Экономический анализ маркетинговых решений
Конкурентный анализУправление качеством

Цифровые технологии в профессиональной деятельности
 Производственная практика
 Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
 Маркетинг в АПК
 Теория конкуренции
 Конкуренция и конкурентоспособность
 Ассортиментная политика
 Введение в профессиональную деятельность
 Интернет-маркетинг
 Информационные технологии в маркетинге
 Маркетинговая политика
 Маркетинговые исследования
 Поведение потребителей
 Ценообразование в маркетинге
 Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности
 Товарная политика
 Управление качеством
 Экономический анализ маркетинговых решений
 Конкурентный анализ
 Теория конкуренции
 Освоение дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» является
 необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:
 Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
 Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
 Преддипломная практика
 Стратегический маркетинг
 Маркетинг взаимоотношений и партнерства

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоя- тельная ра- бота, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лек- ции	практические занятия	лабораторные занятия			
7	72/2	18	18		36		За
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	4				
практической подготовки		18	18		36		

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцирован- ный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
7	72/2			0.12			

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций	Код индикаторов достижения компетенций
			всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
					Практические	Лабораторные				
1.	1 раздел. 1									
1.1.	Тема 1. Введение в дисциплину. Методологические основы управления конкурентоспособностью организации.	7	4	2	2		4			
1.2.	Тема 2. Особенности конкурентоспособности в отраслевом и международном бизнесе.	7	4	2	2		4			
1.3.	Тема 3. Комплекс маркетинга в системе управления конкурентоспособностью организации. Конкурентные преимущества организации.	7	4	2	2		4			
1.4.	Тема 4. Методика оценки конкурентоспособности товара/услуги.	7	4	2	2		4			
1.5.	Тема 5. Методика оценки конкурентоспособности организации.	7	4	2	2		4			
1.6.	Тема 6. Функциональные аспекты управления конкурентоспособностью организации.	7	4	2	2		4			
1.7.	Тема 7. Практические аспекты управления конкурентоспособностью организации.	7	4	2	2		4			
1.8.	Тема 8. Инструменты интернет-маркетинга при анализе деятельности конкурентов.	7	4	2	2		4			
1.9.	Тема 9. Теоретические и практические основы формирования и применения конкурентных стратегий в управлении организацией.	7	4	2	2		4			
	Промежуточная аттестация	За								
	Итого		72	18	18		36			
	Итого		72	18	18		36			

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка
Тема 1. Введение в дисциплину. Методологические основы управления конкурентоспособностью организации.		2/-
Тема 2. Особенности конкурентоспособности в отраслевом и международном бизнесе.		2/2
Тема 3. Комплекс маркетинга в системе управления конкурентоспособностью организации. Конкурентные преимущества организации.		2/2
Тема 4. Методика оценки конкурентоспособности товара/услуги.		2/-
Тема 5. Методика оценки конкурентоспособности организации.		2/-
Тема 6. Функциональные аспекты управления конкурентоспособностью организации.		2/-
Тема 7. Практические аспекты управления конкурентоспособностью организации.		2/-
Тема 8. Инструменты интернет-маркетинга при анализе деятельности конкурентов.		2/-
Тема 9. Теоретические и практические основы формирования и применения конкурентных стратегий в управлении организацией.		2/-
Итого		18

5.2.1. Семинарские (практические) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Тема 1. Введение в дисциплину. Методологические основы управления конкурентоспособностью организации.		Пр	2/-/2
Тема 2. Особенности конкурентоспособности в отраслевом и международном бизнесе.		Пр	2/-/2
Тема 3. Комплекс маркетинга в системе управления конкурентоспособностью организации. Конкурентные преимущества организации.		Пр	2/2/2
Тема 4. Методика оценки конкурентоспособности товара/услуги.		Пр	2/2/2
Тема 5. Методика оценки конкурентоспособности организации.		Пр	2/-/2
Тема 6. Функциональные аспекты управления конкурентоспособностью организации.		Пр	2/-/2
Тема 7. Практические аспекты управления конкурентоспособностью организации.		Пр	2/-/2
Тема 8. Инструменты интернет-маркетинга при анализе деятельности конкурентов.		Пр	2/-/2
Тема 9.		Пр	2/-/2

	4
	4
	4

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации».
2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации».
3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ () (при наличии).
4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)
5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Тема 1. Введение в дисциплину. Методологические основы управления конкурентоспособностью организации..			
2	Тема 2. Особенности конкурентоспособности в отраслевом и международном бизнесе..			
3	Тема 3. Комплекс маркетинга в системе управления конкурентоспособностью организации. Конкурентные преимущества организации..			
4	Тема 4. Методика оценки конкурентоспособности товара/услуги..			
5	Тема 5. Методика оценки конкурентоспособности организации..			
6	Тема 6. Функциональные аспекты управления конкурентоспособностью организации. .			
7	Тема 7. Практические аспекты управления конкурентоспособностью организации..			
8	Тема 8. Инструменты интернет-маркетинга при анализе деятельности конкурентов..			
9	Тема 9. Теоретические и практические основы формирования и применения конкурентных			

	стратегий в управлении организацией..			
--	---------------------------------------	--	--	--

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации»

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

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2		3		4	
		1	2	3	4	5	6	7	8
ПК-1.2:Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет	Интернет-маркетинг						x		
	Конкурентный анализ						x		
	Конкуренция и конкурентоспособность		x						
	Маркетинг в социальных сетях							x	
	Маркетинговые исследования и рыночная аналитика				x				
	Преддипломная практика								x
	Производственная практика				x		x		
	Теория конкуренции		x						
	Управление качеством				x				
ПК-3.1:Формирует комплекс маркетинга организации	Ассортиментная политика				x				
	Маркетинг в агробизнесе					x			
	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности							x	
	Маркетинг в социальных сетях							x	
	Маркетинговая политика					x			
	Международный маркетинг							x	
	Преддипломная практика								x
	Производственная практика				x		x		
	Стратегический маркетинг								x
	Товарная политика				x				
	Ценообразование в маркетинге					x			

7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её коррективке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации» проводится в виде Зачет.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете приме-

няется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций	Максимальное количество баллов
---------------------	---	--------------------------------

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

По дисциплине «Управление конкурентоспособностью организации» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и без привязке к набранным баллам. Студентам, набравшим более 65 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, не набравшие 65 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД. Максимальная сумма баллов по промежуточной аттестации (зачету) устанавливается в 15 баллов

Вопрос билета	Количество баллов
Теоретический вопрос	до 5
Задания на проверку умений	до 5
Задания на проверку навыков	до 5

Теоретический вопрос

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать

обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Задания на проверку умений и навыков

5 баллов Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет без замечаний. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

4 балла Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет с небольшими недочетами.

2 баллов Задания выполнены с задержкой, письменный отчет с недочетами. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задания выполнены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задания выполнены, письменный отчет не представлен или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации»

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1		

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

1. -

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации		
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970).

Автор (ы)

_____ доц. КАиМ, кэн Айдинова Анжелика Тагировна

Рецензенты

_____ доц. КАиМ, кэн Байчерова Анжелика Рашидовна

Рабочая программа дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» рассмотрена на заседании Кафедра агроэкономики и маркетинга протокол № от г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Заведующий кафедрой _____ Агаларова Екатерина Григорьевна

Рабочая программа дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № от г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Руководитель ОП _____