

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебно-методический комплекс предназначен для реализации требований образовательных программ учебной дисциплины и образовательных стандартов. В учебно-методическом комплексе объединяются структурные элементы научно-методического обеспечения образования.

Целями разработки данного учебно-методического комплекса являются: своевременное отражение результатов достижений науки в сфере изучаемой научной дисциплины;

последовательное изложение учебного материала, реализация междисциплинарных связей, исключение дублирования учебного материала;

использование современных методов, технологий и технических средств в образовательном процессе;

рациональное распределение времени по темам учебной дисциплины и учебным занятиям в зависимости от формы получения высшего образования, совершенствование методики проведения учебных занятий;

планирование, организация и методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся;

использование компонентов контроля знаний в ходе текущей аттестации обучающихся;

обеспечение взаимосвязи образовательного процесса с научно-исследовательской работой обучающихся;

профессиональная направленность образовательного процесса с учетом специфических условий и потребностей организаций-заказчиков кадров.

Учебная дисциплина «Конкуренция и конкурентоспособность организации» рассматривает базовые аспекты деятельности субъектов рынка в условиях конкуренции, методы оценки конкурентоспособности, способы формирования конкурентных преимуществ организаций, виды конкурентных стратегий и др. В результате изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы знания об основных понятиях в сфере конкуренции и конкурентоспособности и их взаимосвязях, ключевых способах формирования конкурентных преимуществ организаций, механизмах выработки успешных конкурентных стратегий и возможностях их реализации, инструментах и методах повышения конкурентоспособности организации.

Учебный материал дисциплины «Конкуренция и конкурентоспособность организации» включает 12 тем, вопросы по которым изучаются на лекциях и практических занятиях. Учебная программа по данной учебной дисциплине для специальности «Маркетинг» рассчитана на 72 часа учебных занятий, из них 36 часов лекций, 36 – практических занятий и 48 часов самостоятельной работы. Форма итогового контроля знаний – экзамен. Учебная программа для специальностей «Коммерческая деятельность» и «Коммерция» предусматривает 104 часа учебных занятий, из них 52 часа лекций, 52 – практических занятий и 128 часов самостоятельной работы. Форма итогового контроля знаний – экзамен.