

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**УТВЕРЖДАЮ**

И.о. декана экономического факультета

д-р. экон. наук, профессор

Кусакина О.Н.

« 24 » мая 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**Б1.В.ДВ.01.02 КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ**

---

Шифр и наименование дисциплины по учебному плану

**38.03.02 Менеджмент**

---

Код и наименование направления подготовки

**Маркетинг**

---

Наименование профиля подготовки

**Бакалавр**

---

Квалификация выпускника

**Очная, очно-заочная**

---

Форма обучения

**2022**

---

год набора на ОП

Ставрополь, 2022

## 1. Цель дисциплины

Целью дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» является обучение студентов навыкам анализа, оценки и управления конкурентоспособностью компании с возможностью практического использования полученных знаний, умений и навыков в профессиональной деятельности.

## 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	Коды и наименования индикаторов достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности	ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	<b>Знания:</b> теоретических и практических основ конкуренции и конкурентоспособности; количественных методов оценки уровня конкурентоспособности организации; особенностей анализа маркетинговой среды организации;
		<b>Умения:</b> проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации; обосновывать условия создания конкурентной среды для эффективного функционирования организации; применять количественные методы оценки уровня конкурентоспособности организации;
	ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет	<b>Навыки:</b> проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации; обоснования условий создания конкурентной среды для эффективного функционирования организации; применения количественных методов оценки уровня конкурентоспособности организации.
		<b>Знания:</b> видов конкурентных стратегий организации; механизма разработки успешных конкурентных стратегий и возможности их реализации; особенностей проведения анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет; инструментов и методов повышения конкурентоспособности организации;
	<b>Умения:</b> анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет; рассчитывать комплексную систему показателей конкурентоспособности организации; планировать мероприятия по повышению конкурентоспособности организации;	
	<b>Навыки:</b> анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет; расчёта комплексной системы показателей конкурентоспособности организации; планирования мероприятий по повышению конкурентоспособности организации.	

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» входит в число дисциплин по выбору студента, части, формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата.

Изучение дисциплины осуществляется:

- для студентов очной формы обучения – в 3 семестре;
- для студентов заочной формы обучения – не реализуется;
- для студентов очно-заочной формы обучения – в 3 семестре.

Для освоения дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины «Экономическая теория».

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

- Маркетинг в АПК;
- Маркетинговые исследования;
- Поведение потребителей;
- Конкурентный анализ;
- Международный маркетинг;
- Рынки потребительских товаров;
- Управление качеством;
- Интернет-маркетинг;
- Маркетинг в социальных сетях;
- Управление конкурентоспособностью организации.



**Очно-заочная форма обучения**

Семестр	Трудо- емкость час/з.е.	Контактная работа с препода- вателем, час			Самостоя- тельная работа, час	Кон- троль, час	Форма про- межуточной аттестации (форма кон- троля)
		лекции	практи- ческие занятия	лабора- торные занятия			
3	72/2	12	12	-	48	-	зачёт
в т.ч. часов: <i>в интерактивной форме</i>		4	4	-	-	-	-
<i>практической под- готовки (при нали- чии)</i>		12	12	-	48	-	-

Семестр	Трудо- емкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Диффе- ренциро- ванный зачет	Консуль- тации пе- ред экза- меном	Экзамен
3	72/2	-	-	0,12	-	-	-

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

**Очная форма обучения**

№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	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.	Теоретико-методологические основы конкуренции	7	2	2	-	3	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
2.	Экономическая сущность и уровни исследования конкурентоспособности	7	2	2	-	3	Собеседование, тестирование	Вопросы для собеседования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
3.	Формирование конкурентной стратегии организации	6	2	1	-	3	Собеседование, тестирование	Вопросы для собеседования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
Контрольная точка № 1 по темам 1-3		4	-	1	-	3	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
4.	Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	7	2	2	-	3	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
5.	Оценка конкурентоспособности организации	7	2	2	-	3	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2

№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего кон- троля успеваемости и промежуточной аттеста- ции	Оценочное средство про- верки результатов дости- жения индикаторов ком- петенций**	Код индикаторов достиже- ния компетенций
		Всего	Лекции	Семинар- ские заня- тия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
6.	Концепции управления, влияющие на конкуренто- способность организации	6	2	1	-	3	Собеседо- вание, те- стирова- ние	Вопросы для бесе- дования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
Контрольная точка № 2 по темам 4-6		5	-	1	-	4	Контроль- ная работа	Вопросы для бесе- дования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
7.	Маркетинговые техноло- гии повышения конкурен- тоспособности организа- ции	12	4	4	-	4	Собеседо- вание, те- стирова- ние	Вопросы для бесе- дования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
8.	Человеческий капитал как фактор повышения конку- рентоспособности органи- зации	7	2	1	-	4	Собеседо- вание, те- стирова- ние	Вопросы для бесе- дования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
Контрольная точка № 3 по темам 7-8		4	-	1	-	3	Контроль- ная работа	Вопросы для бесе- дования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
<b>Промежуточная аттестация</b>		-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Итого</b>		<b>72</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	-	<b>36</b>	-	-	-

**Очно-заочная форма обучения**

№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	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.	Теоретико-методологические основы конкуренции	8	2	2	-	4	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
2.	Экономическая сущность и уровни исследования конкурентоспособности	4	-	-	-	4	Собеседование, тестирование	Вопросы для собеседования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
3.	Формирование конкурентной стратегии организации	7	2	1	-	4	Собеседование, тестирование	Вопросы для собеседования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
Контрольная точка № 1 по темам 1-3		6	-	1	-	5	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
4.	Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	4	-	-	-	4	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
5.	Оценка конкурентоспособности организации	8	2	2	-	4	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2



№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего кон- троля успеваемости и промежуточной аттеста- ции	Оценочное средство про- верки результатов дости- жения индикаторов ком- петенций**	Код индикаторов достиже- ния компетенций
		Всего	Лекции	Семинар- ские заня- тия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
6.	Концепции управления, влияющие на конкуренто- способность организации	7	2	1	-	4	Собеседо- вание, те- стирова- ние	Вопросы для бесе- дования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
Контрольная точка № 2 по темам 4-6		6	-	1	-	5	Контроль- ная работа	Вопросы для бесе- дования, тестовые задания, задачи	ПК-1.1 ПК-1.2
7.	Маркетинговые техноло- гии повышения конкурен- тоспособности организа- ции	9	2	2	-	5	Собеседо- вание, те- стирова- ние	Вопросы для бесе- дования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
8.	Человеческий капитал как фактор повышения конку- рентоспособности органи- зации	7	2	1	-	4	Собеседо- вание, те- стирова- ние	Вопросы для бесе- дования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
Контрольная точка № 3 по темам 7-8		6	-	1	-	5	Контроль- ная работа	Вопросы для бесе- дования, тестовые задания	ПК-1.1 ПК-1.2
<b>Промежуточная аттестация</b>		-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Итого</b>		<b>72</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>48</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

### 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		
		очная форма	заочная форма	очно-заочная форма
Тема 1. Теоретико-методологические основы конкуренции (лекция – беседа)	Понятие и экономическая сущность конкуренции. Эволюция взглядов на роль конкуренции в развитии экономики. Поведенческая, структурная, функциональная, ценностно-сетевая трактовки конкуренции. Типы конкуренции. Ценовая и неценовая конкуренция. Факторы неценовой конкуренции. Типы рыночных структур, их особенности. Понятие и оценка доминирующего положения предприятия на товарном рынке. Методы оценки монополизации товарного рынка на основе расчета показателей экономической концентрации. Барьеры входа на товарный рынок.	2/2/2	-	2/2/2
Тема 2. Экономическая сущность и уровни исследования конкурентоспособности	Понятие и социально-экономическое содержание конкурентоспособности. Эволюция теории конкурентных преимуществ. Многоуровневый характер конкурентоспособности. Макро - и микроэкономические подходы к исследованию конкурентоспособности, их взаимосвязь и взаимообусловленность. Пирамида конкурентоспособности.	2/-/2	-	-
Тема 3. Формирование конкурентной стратегии организации (лекция-дискуссия)	Экономическая сущность понятия «конкурентная стратегия». Подходы к определению конкурентной стратегии. Процесс разработки и выбор конкурентной стратегии организации. Факторы, определяющие выбор конкурентной стратегии. Типы конкурентных стратегий. Основным типы конкурентных стратегий: стратегии роста, стабильности и сокращения. Конкурентные стратегии в зависимости от занимаемой фирмой доли на рынке: лидер, претендент на лидерство, последователи, окопавшиеся в рыночных нишах. Характеристика и основные виды портфельных стратегий. Матрица «товары / рынки» И. Ансоффа. Матрица Бостонской консультативной группы (БКГ). Многофакторная матрица «Мак-Кинси». Модель Шелл/ДПМ - «матрица направленной политики». Общая стратегическая модель М. Портера. Характеристика инновационных страте-	2/2/2	-	2/2/2

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		
		очная форма	заочная форма	очно-заочная форма
	гий по П. Друкеру. Виды стратегий в зависимости от размера предприятия.			
Тема 4. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	Экономическая сущность понятия «конкурентоспособности продукции». Подходы к определению дефиниций «конкурентоспособность товара» и «конкурентоспособность услуги». Характеристика основных факторов конкурентоспособности товаров и услуг. Особенности качественных показателей конкурентоспособности продукции на рынке. Экономические показатели конкурентоспособности товаров и услуг. Основные методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг. Интегральный метод определения конкурентоспособности товара (услуги) предприятия. Расчет общего показателя конкурентоспособности по нормативным параметрам. Оценка потребительских и экономических параметров товаров. Анализ степени значимости данных показателей. Расчет сводных индексов по потребительским и экономическим параметрам. Определение интегрального показателя относительной конкурентоспособности товаров и услуг.	2/-/2	-	-
Тема 5. Оценка конкурентоспособности организации	Анализ конкурентоспособности предприятия: анализ текущей рыночной ситуации, изучение приоритетных конкурентов, анализ возможностей проникновения на рынок сбыта, анализ программы коммуникативного воздействия в конкурентной борьбе. Методы анализа конкурентоспособности. Анализ конкурентоспособности организации по Ж.-Ж. Ламбену. Матрица GE (Дженерал электрик). SWOT-анализ. PEST-анализ. PIMS-анализ. LOTS-анализ. Анализ потенциала конкурентов.	2/-/2	-	2/-/2
Тема 6. Концепции управления, влияющие на конкурентоспособность организации	Сущность и предназначение стратегического управления конкурентоспособностью. Преимущества стратегического управления. Принципы стратегического управления конкурентоспособностью. Основные функции, реализуемые в системе управления конкурентоспособностью предприятия. Цели и задачи стратегического управления конкурентоспо-	2/-/2	-	2/-/2

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		
		очная форма	заочная форма	очно-заочная форма
	способностью. Механизм управления потенциалом конкурентоспособности. Инструменты управления конкурентоспособностью. Оптимизация управленческих решений как фактор конкурентоспособности.			
Тема 7. Маркетинговые технологии повышения конкурентоспособности организации	Управление товарным ассортиментом. Разработка новых товаров. Управление ценообразованием: сущность цены и ее функции. Разработка ценовых стратегий. Управление продвижением товара: сущность продвижения. Характеристика и виды рекламы. Разработка рекламной программы. Стимулирование сбыта и его формы. Управление распределением товара. Формирование каналов распределения.	4/-/4	-	2/-/2
Тема 8. Человеческий капитал как фактор повышения конкурентоспособности организации	Сравнительные особенности традиционного и современного подходов управления персоналом. Менеджмент и стиль руководства в условиях усиления конкуренции. Развитие подходов к определению значения вклада персонала в повышение конкурентоспособности организации. Функции руководства персоналом в организации. Оценка кадрового потенциала. Компьютеризация процессов управления персоналом.	2/-/2	-	2/-/2
<b>Итого</b>		<b>18/4/18</b>	-	<b>12/4/12</b>

**5.2. Семинарские (практические, лабораторные) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме**

Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий) / (практическая подготовка)	Всего часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка					
	очная форма		заочная форма		очно-заочная форма	
	прак	лаб	прак	лаб	прак	лаб
Тема 1. Теоретико-методологические основы конкуренции (обсуждение в группах)	2/2/2	-	-	-	2/2/2	-
Тема 2. Экономическая сущность и уровни исследования конкурентоспособности	2/-/2	-	-	-	-	-
Тема 3. Формирование конкурентной стратегии организации	1/-/1	-	-	-	1/-/1	-
Контрольная точка № 1 по темам 1-3	1/-/1	-	-	-	1/-/1	-
Тема 4. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг (решение практико-ориентированных задач)	2/2/2	-	-	-	-	-

Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий) / (практическая подготовка)	Всего часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка					
	очная форма		заочная форма		очно-заочная форма	
	прак	лаб	прак	лаб	прак	лаб
Тема 5. Оценка конкурентоспособности организации (решение практико-ориентированных задач)	2/2/2	-	-	-	2/2/2	-
Тема 6. Концепции управления, влияющие на конкурентоспособность организации	1/-/1	-	-	-	1/-/1	-
Контрольная точка № 2 по темам 4-6	1/-/1	-	-	-	1/-/1	-
Тема 7. Маркетинговые технологии повышения конкурентоспособности организации	4/-/4	-	-	-	2/-/2	-
Тема 8. Человеческий капитал как фактор повышения конкурентоспособности организации	1/-/1	-	-	-	1/-/1	-
Контрольная точка № 3 по темам 7-8	1/-/1	-	-	-	1/-/1	-
Контрольная работа (аудиторная)	-	-	-	-	-	-
<b>Итого</b>	<b>18/6/18</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>12/4/12</b>	<b>-</b>

\*Интерактивные формы проведения занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся в соответствии с Положением об интерактивных формах обучения в ФГБОУ ВО Ставропольский ГАУ.

### 5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен.

### 5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Виды самостоятельной работы	Очная форма, часов		Заочная форма, часов		Очно-заочная форма, часов	
	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации
Подготовка к собеседованиям	8	-	-	-	15	-
Подготовка к тестированию	6	-	-	-	7	-
Самостоятельное решение практико-ориентированных задач	6	-	-	-	8	-
Подготовка к контрольным точкам в виде контрольных работ	6	-	-	-	9	-
Подготовка к зачёту	10	-	-	-	9	-
<b>ИТОГО</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>48</b>	<b>-</b>

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» 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 Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность».
2. Методические рекомендации по освоению дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность».
3. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность».
4. Методические рекомендации по выполнению рефератов.
5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения.

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)	интернет-ресурсы (из п.9 РПД)
1.	Сущность и роль конкуренции в рыночной экономике	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
2.	Конкурентоспособность и методы ее достижения	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
3.	Конкурентные рыночные структуры	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
4.	Конкуренция и научно-технический прогресс	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
5.	Конкурентные стратегии организаций	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
6.	Конкуренция и маркетинговые программы фирм	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
7.	Государственная политика по содействию развития товарных рынков и конкуренции	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
8.	Международная конкуренция	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24
9.	Особенности конкурентных отношений в России	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1-24



### Очно-заочная форма обучения

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	Теория конкуренции										
	Конкуренция и конкурентоспособность			+							
	Маркетинг в АПК										
	Маркетинговые исследования										
	Поведение потребителей										
	Конкурентный анализ										
	Производственная практика										
	Международный маркетинг										
	Рынки потребительских товаров										
	Преддипломная практика										
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена										
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы											
ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет	Теория конкуренции										
	Конкуренция и конкурентоспособность			+							
	Маркетинговые исследования										
	Управление качеством										
	Конкурентный анализ										
	Интернет-маркетинг										
	Производственная практика										
	Маркетинг в социальных сетях										
	Управление конкурентоспособностью организации										
	Преддипломная практика										
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена										
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы											



## 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 Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» 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 корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» проводится в виде зачета.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО».

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется 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
Контрольная точка № 1 по темам 1-2	Собеседование	5
	Тестирование	5
	Задачи	10
Контрольная точка № 2 по темам 3-5	Теоретический вопрос	5
	Тестовые задания	5
	Задача	10
Контрольная точка № 3 по темам 6-8	Теоретический вопрос	5
	Тестовые задания	5
	Задача	10
<b>Сумма баллов по итогам текущего контроля</b>		<b>60</b>
Активность на лекционных занятиях		<b>10</b>
Результативность работы на практических занятиях		<b>15</b>
Поощрительные баллы (написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях и т.д.)		<b>15</b>
Итого		<b>100</b>

## Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций

Знания по осваиваемым компетенциям формируются **на лекционных занятиях** при условии активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

### Критерии оценки

**10 баллов** – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя

**-1 балл** – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

**Результативность работы на практических занятиях** оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

**1 балл** – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; **0,5 балла** – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (**мах – 2 балла**);

**1 балл** – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; **0,5 балла** - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (**мах – 4 балла**);

**1 балл** – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (**мах – 8 баллов**).

**0,1 балла** – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практико-ориентированных задач) по каждой из тем (**мах – 1 балл**).

**Поощрительные баллы** начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – **мах 15 баллов**. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

### Критерии оценивания контрольной точки (в третьем семестре сдаются три контрольные точки)

#### Теоретический вопрос

**5 баллов** - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

**3 балла** - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

**2 балла** - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

**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. От-

сутствуют 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.

#### Тестовые задания

**5 баллов** - выставляется студенту, если в тесте 100% правильных ответов;

**4 балла** - выставляется студенту, если в тесте 90% правильных ответов

**3 балла** - при 80% правильных ответов;

**2 балла** - 60% правильных ответов;

**1 балл** - 50% правильных ответов;

**0 баллов** - менее 40% правильных ответов

#### Задача

**10 баллов** Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

**8 баллов** Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.

**5 баллов** Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ

**3 балла** Задача решена с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.

**2 балла** Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

**1 балл** Задача решена неправильно и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

**0 баллов** Задача не решена.

#### Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очно-заочной формы обучения

Для студентов очно-заочной 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
Контрольная точка № 1 по темам 1-2	Собеседование	5
	Тестирование	5
	Задачи	10
Контрольная точка № 2 по темам 3-5	Теоретический вопрос	5
	Тестовые задания	5
	Задача	10

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
Контрольная точка № 3 по темам 6-8	Теоретический вопрос	5
	Тестовые задания	5
	Задача	10
<b>Сумма баллов по итогам текущего контроля</b>		<b>60</b>
Активность на лекционных занятиях		<b>10</b>
Результативность работы на практических занятиях		<b>15</b>
Поощрительные баллы (написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях и т.д.)		<b>15</b>
Итого		<b>100</b>

### Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций

Знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных занятиях при условии активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

#### Критерии оценки

**10 баллов** – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя

**-1 балл** – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

**Результативность работы на практических занятиях** оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

**1 балл** – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; **0,5 балла** – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (**max – 2 балла**);

**1 балл** – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; **0,5 балла** - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (**max – 4 балла**);

**1 балл** – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (**max – 8 баллов**).

**0,1 балла** – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практико-ориентированных задач) по каждой из тем (**max – 1 балл**).

**Поощрительные баллы** начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – **max 15 баллов**. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

### Критерии оценивания контрольной точки (в третьем семестре сдаются три контрольные точки)

#### Теоретический вопрос

**5 баллов** - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отра-

жающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

**3 балла** - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

**2 балла** - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

**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.

#### Тестовые задания

**5 баллов** - выставляется студенту, если в тесте 100% правильных ответов;

**4 баллов** - выставляется студенту, если в тесте 90% правильных ответов

**3 балла** - при 80% правильных ответов;

**2 балла** - 60% правильных ответов;

**1 балл** - 50% правильных ответов;

**0 баллов** - менее 40% правильных ответов

#### Задача

**10 баллов** Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

**8 баллов** Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.

**5 баллов** Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ

**3 балла** Задача решена с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.

**2 балла** Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

**1 балл** Задача решена неправильно и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

**0 баллов** Задача не решена.

## **Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций**

При проведении итоговой аттестации «зачет» преподавателю с согласия студента разрешается выставлять «зачет» по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

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

При сдаче *зачета* к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на *зачете* и сумма баллов переводится в оценку.

### **Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете**

По дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и наличие по текущей успеваемости более 45 баллов. Студентам, набравшим более 55 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, набравшие от 45 до 54 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД.

Сдача зачета может добавить к балльно-рейтинговой оценке студентов не более 10 баллов. Итоговая успеваемость на зачете не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

<b>Вопрос билета</b>	<b>Количество баллов</b>
Вопрос 1	до 5
Вопрос 2	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 заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

**4 балла** заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы 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.

### 7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность».

#### Примерные вопросы для собеседования

1. Какие типы конкуренции существуют?
2. В чём отличие ценовой и неценовой конкуренции?
3. Какие факторы неценовой конкуренции вы знаете?
4. Рассмотрите типы рыночных структур и их особенности.
5. В чём заключается многоуровневый характер конкурентоспособности?
6. Рассмотрите макро - и микроэкономические подходы к исследованию конкурентоспособности, определите их взаимосвязь и взаимообусловленность.
7. Что такое «пирамида конкурентоспособности»? Рассмотрите особенности её построения.
8. Какие существуют подходы к определению конкурентной стратегии?
9. Какие факторы являются определяющими при выборе конкурентной стратегии?
10. Какие типы конкурентных стратегий вы знаете?

#### Примерные тестовые задания

1. Термин «конкуренция» произошел от латинского слова, обозначающего:
  - а) воевать;
  - б) сталкиваться;
  - в) делить;
  - г) быть первым.
2. Отличие ценовой конкуренции от неценовой:
  - а) уровнем коэффициента эластичности предложения по цене;
  - б) ролью цены в конкуренции за объем сбыта;
  - в) тем, что ценовая конкуренция имеет место на рынке с высоким уровнем дохода;
  - г) невозможностью использования бесплатной рекламы.
3. В каких рыночных условиях имеет место конкуренция продавца?
  - а) рынок покупателя;
  - б) рынок продавца;
  - в) равновесный рынок;
  - г) продавцы конкурируют в той или иной степени всегда.
4. Формы конкуренции:
  - а) совершенная и несовершенная;
  - б) предметная и функциональная;
  - в) ценовая и неценовая.
5. Выберите причины роста конкурентоспособности предприятия:
  - а) техническое перевооружение и реконструкция действующих объектов основных средств;
  - б) уменьшение простоев оборудования;
  - в) замена ручного труда машинным;
  - г) верны все ответы.
6. Анализ влияния внешней среды организации, который можно классифицировать по источникам на политические, экономические, социальные и технологические факторы называется:
  - а) PEST-анализ;
  - б) SNW-анализ;
  - в) анализ внутренних возможностей;
  - г) анализ 5 конкурентных сил по М. Портеру
7. Укажите соответствие между понятиями среды организации и их содержанием:
  - 1) внешняя макросреда организации (среда косвенного воздействия);
  - 2) внешняя микросреда организации (среда прямого воздействия);
  - 3) внутренняя организации.
- а) совокупность внешних факторов, с которыми организация имеет конкретные и непосредственные взаимодействия (поставщики ресурсов, потребители продукции, конкуренты, посредники и т.п.);

- б) совокупность факторов, которые находятся в пределах организации и оказывают постоянное и непосредственное воздействие на ее функционирование;
  - в) совокупность факторов, которые не касаются прямо краткосрочной деятельности организации, но могут оказывать влияние на ее долгосрочные решения.
8. Согласно модели 5 конкурентных сил М. Портера к факторам, влияющим на конкурентную ситуацию, относятся:
- а) отраслевая конкуренция;
  - б) экономическая ситуация в стране;
  - в) поставщики;
  - г) цены на ресурсы;
  - д) потенциальные конкуренты;
  - е) товары – субституты (заменители);
  - ж) уровень доходов населения;
  - з) покупатели;
  - и) инфляция.
9. В контактные аудитории входят:
- а) финансовые учреждения;
  - б) средства массовой информации;
  - в) государственные учреждения;
  - г) общественные организации;
  - д) местные органы власти.
10. Выделите основные концептуальные задачи конъюнктурного маркетингового анализа:
- а) анализ динамических закономерностей, тенденций;
  - б) пропорциональность развития;
  - в) анализ устойчивости рынка;
  - г) выделение циклов;
  - д) анализ закономерностей развития рынка с учетом влияния макросреды маркетинга, как основа составления плановых моделей перспектив сбыта.

### **Примерные практико-ориентированные задания для текущего контроля**

1. Выбрать канал распределения, согласно критерию эффективности, если:
- канал нулевого уровня – расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 150 тыс. руб., издержки обращения - 100 тыс. руб., прибыль от реализации товара – 500 тыс. руб.;
  - одноуровневый канал – издержки обращения – 60 тыс. руб., прибыль 30 тыс. руб.;
  - двухуровневый канал – издержки обращения – 40 тыс. руб., прибыль 120 тыс. руб.

$$O = \Pi / В_k \times 100\%$$

- где  
 O – отдача вложенного капитала, %;  
 П – прибыль, полученная от вложения капитала;  
 ВК – величина вложенного капитала, руб.
2. На российском рынке конкурируют четыре крупных производителей алмазов: «АПРОСА», «ПО Кристалл», «Полюс», «Якуталмаз». Их доли соответственно 0,32; 0,28; 0,25; 0,15. Определите состояние конкуренции с помощью CR3, CR4, индекса Херфиндаля-Хиршмана. Сделайте вывод об интенсивности конкуренции.
3. Метод стратегических групп в исследовании конкурентов и построение карт позиционирования предприятия (марки) на рынке фирма «Х» предлагает на рынок 3 брэнда недорогого растворимого напитка для завтрака (в сравнении с другими уже существующими на рынке продуктами для завтрака). Описание продуктов:
- марка А – имеет низкую калорийность, и низкую цену за кг;
  - марка В – имеет низкую калорийность, но высокую цену за кг;
  - марка Б – имеет низкую цену за кг, и высокую калорийность.
- В настоящее время стоит вопрос о введении нового брэнда напитков для завтрака. Используя метод стратегических групп в исследовании конкурентов постройте карту позиционирования



брендов на рынке недорогих напитков для завтрака. Обоснуйте целесообразность ввода нового бренда и его расположения на карте позиционирования.

## **Типовые контрольные работы**

### **Контрольная точка № 1 (по темам 1-3)**

#### **Теоретический вопрос (оценка знаний)**

##### **Тема 1. Теоретико-методологические основы конкуренции**

1. Раскройте понятие и экономическую сущность конкуренции.
2. Рассмотрите эволюцию взглядов на роль конкуренции в развитии экономики.
3. В чём отличие поведенческой, структурной, функциональной, ценностно-сетевой трактовки конкуренции?
4. Какие типы конкуренции существуют?
5. В чём отличие ценовой и неценовой конкуренции?
6. Какие факторы неценовой конкуренции вы знаете?
7. Рассмотрите типы рыночных структур и их особенности.
8. Какие методы оценки монополизации товарного рынка вы знаете?
9. Какие барьеры входа на товарный рынок существуют?

##### **Тема 2. Экономическая сущность и уровни исследования конкурентоспособности**

1. Раскройте понятие и социально-экономическое содержание конкурентоспособности.
2. Рассмотрите эволюция теории конкурентных преимуществ.
3. В чём заключается многоуровневый характер конкурентоспособности?
4. Рассмотрите макро - и микроэкономические подходы к исследованию конкурентоспособности, определите их взаимосвязь и взаимообусловленность.
5. Что такое «пирамида конкурентоспособности»? Рассмотрите особенности её построения.

##### **Тема 3. Формирование конкурентной стратегии организации**

1. Раскройте экономическую сущность понятия «конкурентная стратегия».
2. Какие существуют подходы к определению конкурентной стратегии?
3. Рассмотрите алгоритм разработки организацией конкурентной стратегии.
4. Какие факторы являются определяющими при выборе конкурентной стратегии?
5. Какие типы конкурентных стратегий вы знаете?
6. Раскройте особенности конкурентных стратегий: стратегии роста, стабильности и сокращения.
7. В зависимости от занимаемой фирмой доли на рынке какие существуют конкурентные стратегии?
8. Охарактеризуйте основные виды портфельных стратегий.
9. Опишите матрицу «товары / рынки» И. Ансоффа.
10. Раскройте особенности матрицы Бостонской консультативной группы (БКГ).
11. Рассмотрите многофакторную матрицу «Мак-Кинси» и модель Шелл/ДПМ - «матрица направленной политики».
12. Охарактеризуйте стратегическую модель М. Портера и инновационные стратегии по П. Друкеру.
13. Как классифицируют конкурентные стратегии в зависимости от размера предприятия?

#### **Тестовые задания (оценка умений)**

1. Термин «конкуренция» произошел от латинского слова, обозначающего:
  - а) воевать;
  - б) сталкиваться;
  - в) делить;
  - г) быть первым.
2. Отличие ценовой конкуренции от неценовой:
  - а) уровнем коэффициента эластичности предложения по цене;
  - б) ролью цены в конкуренции за объем сбыта;

- в) тем, что ценовая конкуренция имеет место на рынке с высоким уровнем дохода;
  - г) невозможностью использования бесплатной рекламы.
3. В каких рыночных условиях имеет место конкуренция продавца?
- а) рынок покупателя;
  - б) рынок продавца;
  - в) равновесный рынок;
  - г) продавцы конкурируют в той или иной степени всегда.
4. Формы конкуренции:
- а) совершенная и несовершенная;
  - б) предметная и функциональная;
  - в) ценовая и неценовая.
5. Конкурентный рынок – это:
- а) рынок с жесткой конкуренцией;
  - б) рынок, где представлено два и более продавца;
  - в) свободный рынок без входных барьеров;
  - г) рынок, где отсутствует монополист.
6. Установите порядок этапов мониторинга конкурентоспособности организации:
- а) выделение ключевых источников формирования конкурентных преимуществ организации;
  - б) формирование стратегии обеспечения конкурентоспособности организации;
  - в) контроль, оценка процесса реализации стратегии обеспечения конкурентоспособности организации;
  - г) мониторинг конкурентоспособности организации, определение набора отслеживаемых параметров;
  - д) выполнение мероприятий по реализации стратегии обеспечения конкурентоспособности организации;
  - е) планирование мероприятий по реализации стратегии обеспечения конкурентоспособности организации.
7. Под конкурентоспособностью продукции понимают:
- а) возможность продать продукцию в условиях определенного рынка и периода времени;
  - б) известность и престижность торговой марки, под которой выпущена продукция;
  - в) возможность удовлетворять требования конкретного потребителя в условиях определенного рынка и периода времени.
8. В перечень факторов конкурентоспособности предприятия входят:
- а) объем продаж;
  - б) занимаемая доля рынка;
  - в) размещение предприятия;
  - г) все вышеперечисленное.
9. Конкурентное преимущество товара достигается за счет:
- а) дифференциации;
  - б) проведения презентаций;
  - в) улучшения качества;
  - г) расширения ассортиментной линии.
10. К конкурентным преимуществам низкого порядка относят:
- а) возможность использования дешевых составляющих: рабочей силы, материалов, энергии;
  - б) уникальная продукция, уникальная технология;
  - в) оптимальная маркетинговая структура, организация производства, хорошая репутация предприятия.

### **Практико-ориентированные задачи (оценка умений, навыков)**

1. Метод стратегических групп в исследовании конкурентов и построение карт позиционирования предприятия (марки) на рынке фирма «Х» предлагает на рынок 3 брэнда недорогого растворимого напитка для завтрака (в сравнении с другими уже существующими на рынке продуктами для завтрака). Описание продуктов:
- марка А – имеет низкую калорийность, и низкую цену за кг;
  - марка В – имеет низкую калорийность, но высокую цену за кг;

- марка Б – имеет низкую цену за кг, и высокую калорийность.  
В настоящее время стоит вопрос о введении нового брэнда напитков для завтрака. Используя метод стратегических групп в исследовании конкурентов постройте карту позиционирования брэндов на рынке недорогих напитков для завтрака. Обоснуйте целесообразность ввода нового брэнда и его расположения на карте позиционирования.
- 2. Диагностика конкурентной позиции фирмы на основе матрицы Мак-Кинси ООО «Торговый проект» работает на территории г. Тверь более 10 лет. Сфера деятельности – продажа торгового и холодильного оборудования – 46 % рынка. Основные конкуренты компании на данном рынке – ООО «Антекс» (33% рынка) и ГК «Белфорт» (23% рынка). Компания представляет на рынок 4 основных видов продукции:
  - холодильное оборудование (ХО) – 39% от общего объема продаж;
  - торговое оборудование (ТО) – 22 % от общего объема продаж;
  - складское оборудование (СО) – 14% от общего объема продаж;
  - промышленный холод (ПХ) – 3% от общего объема продаж.
 Рынок холодильного оборудования насыщен, прирост рынка составляет 0,5% в год. Рынок торгового оборудования находится в стадии насыщения – прирост – 6% в год. Рынок складского оборудования находится в стадии бурного развития – прирост 10% в год. Рынок промышленного холода – новый рынок. Рост рынка достаточно большой – 8% в год, однако сама емкость рынка – величина неизвестная, зависит от большого количества объективных факторов. Составьте матрицу конкурентной позиции ООО «Торговый проект» по методу Мак-Кинси.
- 3. На российском рынке конкурируют четыре крупных производителей алмазов: «АЛРОСА», «ПО Кристалл», «Полюс», «Якуталмаз». Их доли соответственно 0,32; 0,28; 0,25; 0,15. Определите состояние конкуренции с помощью CR3, CR4, индекса Херфиндала-Хиршмана. Сделайте вывод об интенсивности конкуренции.

## **Контрольная точка № 2 по темам 4 - 6**

### **Теоретический вопрос (оценка знаний)**

#### **Тема 4. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг**

1. Раскройте экономическую сущность понятия «конкурентоспособности продукции».
2. Какие существуют подходы к определению дефиниции «конкурентоспособность товара» и «конкурентоспособность услуги»?
3. Охарактеризуйте основные факторы конкурентоспособности товаров и услуг.
4. Какие вы знаете качественные показатели оценки конкурентоспособности продукции на рынке?
5. Какие существуют экономические показатели конкурентоспособности товаров и услуг?
6. Опишите основные методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг.
7. Раскройте интегральный метод определения конкурентоспособности товара (услуги) предприятия.
8. Как рассчитывается общий показатель конкурентоспособности по нормативным параметрам?
9. Как оцениваются потребительские и экономические параметры товаров?
10. Проанализируйте степень значимости этих показателей.
11. Как рассчитываются сводные индексы по потребительским и экономическим параметрам?
12. Как рассчитать интегральный показатель относительной конкурентоспособности товаров и услуг.

#### **Тема 5. Оценка конкурентоспособности организации**

1. Анализ конкурентоспособности предприятия: анализ текущей рыночной ситуации, изучение приоритетных конкурентов, анализ возможностей проникновения на рынок сбыта, анализ программы коммуникативного воздействия в конкурентной борьбе.
2. Какие методы анализа конкурентоспособности вы знаете?
3. Рассмотрите анализ конкурентоспособности организации по Ж.-Ж. Ламбену.
4. Рассмотрите матрицу БКГ (Бостонской консультативной группы) и матрицу GE (Дженерал электрик).

5. Изучите методику проведения SWOT-анализа, PEST-анализа, PIMS-анализ и LOTS-анализа.

### **Тема 6. Концепции управления, влияющие на конкурентоспособность организации**

1. Раскройте сущность и предназначение стратегического управления конкурентоспособностью.
2. В чём заключаются преимущества стратегического управления?
3. Какие типы систем стратегического управления вы знаете?
4. Раскройте принципы стратегического управления конкурентоспособностью.
5. Какие основные функции реализуются в системе управления конкурентоспособностью организации?
6. Рассмотрите цели и задачи стратегического управления конкурентоспособностью.
7. Какие инструменты управления конкурентоспособностью организации вы знаете?
8. Рассмотрите административные методы управления: их формы, виды, стили.

### **Тестовые задания (оценка умений)**

1. Конкурентоспособность продукции – это:
  - а) количество товаров, которое рынок конкретной территории способен поглотить (приобрести) за определенный период времени и при определенных условиях;
  - б) совокупность свойств товара, включая качественные характеристики и цену, которые превосходят аналогичные свойства товаров-конкурентов;
  - в) обобщающая модель долгосрочного поведения организации для достижения поставленных целей при имеющихся возможностях;
  - г) способность товара удовлетворять потребности потребителей.
2. Выберите верное определение:
  - а) конкурентоспособность продукции определяется качественными и количественными свойствами товара;
  - б) конкурентоспособность продукции определяется качественными и стоимостными свойствами товара;
  - в) конкурентоспособность продукции определяется производительностью и количеством установленных машин, механизмов, агрегатов;
  - г) нет верных ответов.
3. Емкость рынка, определяемая качеством и конкурентоспособностью продукции – это:
  - а) количество товаров, которое рынок конкретной территории способен поглотить (приобрести) за определенный период времени и при определенных условиях;
  - б) совокупность свойств товара, включая качественные характеристики и цену, которые превосходят аналогичные свойства товаров-конкурентов;
  - в) обобщающая модель долгосрочного поведения организации для достижения поставленных целей при имеющихся возможностях;
  - г) способность товара удовлетворять потребности потребителей.
4. Построение стратегической модели поведения организации для достижения поставленных целей при имеющихся возможностях, включающее поиск направлений роста конкурентоспособности организации и завоевание определенных долей рынка касается:
  - а) краткосрочного планирования;
  - б) долгосрочного планирования;
  - в) среднесрочного планирования;
  - г) ежедневного планирования.
5. Выберите причины роста конкурентоспособности предприятия:
  - а) техническое перевооружение и реконструкция действующих объектов основных средств;
  - б) уменьшение простоев оборудования;
  - в) замена ручного труда машинным;
  - г) верны все ответы.
6. Анализ влияния внешней среды организации, который можно классифицировать по источникам на политические, экономические, социальные и технологические факторы называется:
  - а) PEST-анализ;
  - б) SNW-анализ;
  - в) анализ внутренних возможностей;

- г) анализ 5 конкурентных сил по М. Портеру
7. Укажите соответствие между понятиями среды организации и их содержанием:
- 1) внешняя макросреда организации (среда косвенного воздействия);
  - 2) внешняя микросреда организации (среда прямого воздействия);
  - 3) внутренняя организации.
- а) совокупность внешних факторов, с которыми организация имеет конкретные и непосредственные взаимодействия (поставщики ресурсов, потребители продукции, конкуренты, посредники и т.п.);
- б) совокупность факторов, которые находятся в пределах организации и оказывают постоянное и непосредственное воздействие на ее функционирование;
- в) совокупность факторов, которые не касаются прямо краткосрочной деятельности организации, но могут оказывать влияние на ее долгосрочные решения.
8. Согласно модели 5 конкурентных сил М. Портера к факторам, влияющим на конкурентную ситуацию, относятся:
- а) отраслевая конкуренция;
  - б) экономическая ситуация в стране;
  - в) поставщики;
  - г) цены на ресурсы;
  - д) потенциальные конкуренты;
  - е) товары – субституты (заменители);
  - ж) уровень доходов населения;
  - з) покупатели;
  - и) инфляция.
9. К конкурентным преимуществам высокого порядка относят:
- а) дешевые сырье и материалы;
  - б) уникальность продукции и технологии;
  - в) лидерство в качестве;
  - г) устойчивый положительный имидж фирмы;
  - д) дешевая рабочая сила.
10. К ключевым факторам успеха, влияющим на конкурентное преимущество, относятся:
- а) высокий научно-исследовательский потенциал;
  - б) полное использование эффекта масштаба и опыта;
  - в) мощная сбытовая сеть;
  - г) невысокий уровень послепродажного обслуживания;
  - д) невыгодное территориальное расположение;
  - е) низкие затраты на сбыт.

### **Практико-ориентированные задачи (оценка умений, навыков)**

1. Используя матричный метод оценки конкурентоспособности организации, основанный на построении конкурентных карт рынка, определите конкурентные позиции организаций обувной отрасли. Исходная информация об объеме продаж обуви в натуральном выражении за три последних года представлена в таблице. Сделайте выводы.

Объем продаж обуви организациями за три года

Наименование организации	Объем продаж обуви, тыс. пар		
	1 год	2 год	3 год
АО «Луч»	55	60	62
ООО «Труд»	917	920	900
АО «Красный октябрь»	2002	2050	1800
АО «Обувь»	943	950	890
АО «Неман»	982	1026	1000
АО «Барановичская обувная фабрика»	109	115	120
АО «Бобруйская обувная фабрика»	655	665	650
АО РДМ	31	37	49
АО «Отико»	687	660	700

ОО «Лс Гранд»	844	850	900
ООО «Чевляр»	778	800	900
ООО «Сивсельга»	651	670	800
ООО «Ирвит»	146	154	200
ОАО «Белкельме»	240	251	300
ООО «Рейлит»	208	222	120
ООО «Квадрига»	64	100	80
ООО «Ритм»	25	39	55
ООО «Эвимар»	1169	1189	2500

2. Используя информацию, представленную в таблице, оцените конкурентоспособность универсальных магазинов за два последних года. Сделайте выводы о тенденциях изменения конкурентоспособности.

Коэффициенты значимости показателей конкурентоспособности устанавливаются самостоятельно путем экспертного опроса не менее 6 человек. При проведении опроса рекомендуется использовать балльную оценочную шкалу от 0 до 10.

Показатели торгово-финансовой деятельности универсальных магазинов за 2 года

Наименование магазина	Товарооборот, млн. руб.		Прибыль, млн. руб.		Рентабельность продаж, %		Доля рынка, %		Численность персонала, чел.	
	1 год	2 год	1 год	2 год	1 год	2 год	1 год	2 год	1 год	2 год
ТД «Вега»	36664,2	508830,1	1501	10200	5,7	3,0	20,0	21,0	1000	1100
ТД «Гермес»	31379,3	41421,7	780	340	3,8	0,1	17,2	17,0	1100	1119
ЦУМ	29150,8	40810,07	1100	2200	5,0	7,0	16,0	16,8	910	1117
БУМ	18530,0	25635,2	720	1200	5,0	5,8	10,2	10,5	890	950

3. На рынке торговли непродовольственными товарами города в сегменте крупных магазинов с универсальным ассортиментом действуют 4 универсама. Используя данные таблицы, оцените долю рынка, контролируемую каждым универсамом, уровень интенсивности конкуренции в этом сегменте в отчетном периоде и динамичность ее изменения. Охарактеризуйте рынок по степени развитости конкуренции на основе матрицы интенсивности конкуренции. Какие факторы могут вызвать изменения расстановки сил в конкурентной борьбе этих магазинов?

Реализация товаров крупными универсамами города

Наименование универсама	Базисный период		Отчетный период	
	Розничный товарооборот, млн. руб.	Доля рынка, %	Розничный товарооборот, млн. руб.	Доля рынка, %
ЦУМ	40 810		43 924	
Омега	41 421		42 250	
Беларусь	50 830		54 346	
Гостиный двор	41 587		42 486	

### **Контрольная точка № 3 (по темам 7-8)**

#### **Тема 7. Маркетинговые технологии повышения конкурентоспособности организации**

1. Рассмотрите особенности управление товарным ассортиментом.
2. На какие виды классифицируются товары?
3. Раскройте сущность цены и выполняемые ею функции.
4. Рассмотрите особенности ценовых стратегий организации.
5. Как осуществляется управление продвижением товара?
6. Какие существуют формы сбыта и в чём особенность каждого из них?
7. Что такое реклама?

8. Какие этапы разработки рекламной программы вы знаете?
9. Какие существуют каналы сбыта продукции?

### **Тема 8. Человеческий капитал как фактор повышения конкурентоспособности организации**

1. Рассмотрите сравнительные особенности традиционного и современного подходов управления персоналом.
2. Что такое менеджмент и стиль руководства?
3. Какое значение они имеют в условиях усиления конкуренции?
4. Какие существуют подходы к определению значения вклада персонала в повышение конкурентоспособности организации?
5. Какие функции руководства персоналом существуют?
6. Какие методы используют для оценки кадрового потенциала организации?

#### **Тестовые задания (оценка умений)**

1. Управление формированием конкурентоспособного трудового потенциала организации с учетом происходящих и предстоящих изменений в ее внешней и внутренней среде, позволяющее организации выживать, развиваться и достигать своих целей в долгосрочной перспективе – это:
  - а) стратегическое планирование;
  - б) стратегический контроль;
  - в) стратегическое управление персоналом организации;
  - г) стратегический менеджмент;
  - д) стратегия.
2. В цели стратегического управления персоналом входит:
  - а) Развитие эффективных систем коммуникации между управленческим звеном и другими сотрудниками, между
  - б) департаментами и отделами;
  - в) создание механизмов борьбы с последствиями психологического восприятия перемен;
  - г) регулирование уровня оплаты труда, достаточного для подбора, удержания и мотивации персонала на всех
  - д) организационных уровнях;
  - е) направленность управленческих воздействий на изменение потенциала персонала;
  - ж) ответы а, б, в.
3. Объектами стратегического управления персоналом не являются:
  - а) сотрудники организации;
  - б) условия труда;
  - в) рынок труда;
  - г) структура персонала;
  - д) организационная культура.
4. Отметьте основные стратегии при ценовых методах конкуренции:
  - а) экономия за счет масштаба производства;
  - б) контроль затрат;
  - в) дифференциация товаров;
  - г) использование опыта.
5. Перечислите фазы ЖЦТ в порядке следования:
  - а) рост и развитие;
  - б) внедрение;
  - в) насыщение и спад;
  - г) зрелость.
6. В жизненном цикле товара на стадии зрелости...
  - а) норма прибыли от продажи единицы товара падает, а масса прибыли является наибольшей и расходуется на поддержку товаров, находящихся в других фазах жизненного цикла;
  - б) норма прибыли в расчете на единицу товара, как правило, достигает своего максимума;
  - в) стабильный объем продаж;
  - г) растущее число разновидностей товарного ассортимента.
7. В жизненном цикле товара на стадии роста:

- а) проводятся дополнительные рекламные кампании для осведомления потребителей о расширении ассортимента товара;
- б) осуществляется быстрый рост объема продаж;
- в) объем продаж стабильный;
- г) потребители – новаторы.
8. К факторам внешней микросреды маркетинга относятся:
- а) потребители;
- б) конкуренты;
- в) посредники;
- г) поставщики;
- д) контактные аудитории;
- е) коммерческие банки.
9. В контактные аудитории входят:
- а) финансовые учреждения;
- б) средства массовой информации;
- в) государственные учреждения;
- г) общественные организации;
- д) местные органы власти.
10. Выделите основные концептуальные задачи конъюнктурного маркетингового анализа:
- а) анализ динамических закономерностей, тенденций;
- б) пропорциональность развития;
- в) анализ устойчивости рынка;
- г) выделение циклов;
- д) анализ закономерностей развития рынка с учетом влияния макросреды маркетинга, как основа составления плановых моделей перспектив сбыта.

#### **Практико-ориентированные задачи (оценка умений, навыков)**

1. Выбрать канал распределения, согласно критерию эффективности, если:
- канал нулевого уровня – расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 150 тыс. руб., издержки обращения - 100 тыс. руб., прибыль от реализации товара – 500 тыс. руб.;
  - одноуровневый канал – издержки обращения – 60 тыс. руб., прибыль 30 тыс. руб.;
  - двухуровневый канал – издержки обращения – 40 тыс. руб., прибыль 120 тыс. руб.

$$O = \Pi / V_k \times 100\%$$

где

O – отдача вложенного капитала, %;

Π – прибыль, полученная от вложения капитала;

V<sub>к</sub> – величина вложенного капитала, руб.

2. Выбрать оптимальный вариант хранения товара, если пункт хранения А требует единовременных капитальных вложений в размере 1400 тыс. руб., а пункт Б – 800 тыс. руб. Вместе с тем годовые расходы на транспортировку товаров потребителям из пункта А равняются 500 тыс. руб., а из пункта Б – 700 тыс. руб. Годовые издержки, связанные с содержанием складских хранилищ, в обоих вариантах составляют 300 тыс. руб. Критерий минимума приведенных затрат:

$$Z_{\Pi} = \Xi + T + K \times E_{\Pi}$$

где

Z<sub>Π</sub> – приведенные затраты по варианту;

Ξ – годовые эксплуатационные расходы;

T – годовые транспортные расходы;

K – полные капитальные вложения в строительство пунктов хранения;

E<sub>Π</sub> – нормативный коэффициент эффективности (E<sub>Π</sub> = 0,12).

3. Контроль запасов на основе ABC-анализа. Небольшой магазин бижутерии имеет семь видов товаров. Затраты и годовой спрос указаны в таблице. Какова степень важности контроля запасов следующих товаров на основе ABC анализа:



- категория А – дорогостоящие товары, требуют особого внимания;
- категория В – обычные товары;
- категория С – дешевые товары, требуют небольшого внимания.

Товар	1	2	3	4	5	6	7
Цена единицы продукции, руб.	2 000	6 000	4 000	8 000	20000	12000	1000
Годовой спрос, ед.	250	450	1000	550	500	400	700

Задание:

1. Определить стоимость годового потребления каждого товара, умножив цену единицы продукции на годовой спрос, руб.
2. Определить итоговую стоимость годового потребления.
3. Определить долю от общей стоимости каждого товара (0,000).
4. Расположить в таблице товары по убыванию их доли в общей стоимости.

Товар	Доля от общей стоимости	Кумулятивная доля от общей стоимости	Категория А = 0-0,4 В = 0,41-0,9 С = 0,91-1,0

### Вопросы к зачёту

1. Понятие и экономическая сущность конкуренции.
2. Эволюция взглядов на роль конкуренции в развитии экономики.
3. Поведенческая, структурная, функциональная, ценностно-сетевая трактовки конкуренции.
4. Типы конкуренции. Ценовая и неценовая конкуренция. Факторы неценовой конкуренции.
5. Методы оценки монополизации товарного рынка на основе расчета показателей экономической концентрации.
6. Барьеры входа на товарный рынок.
7. Понятие и социально-экономическое содержание конкурентоспособности.
8. Эволюция теории конкурентных преимуществ.
9. Многоуровневый характер конкурентоспособности.
10. Макро - и микроэкономические подходы к исследованию конкурентоспособности, их взаимосвязь и взаимообусловленность.
11. Экономическая сущность понятия «конкурентная стратегия».
12. Процесс разработки и выбор конкурентной стратегии организации.
13. Факторы, предопределяющие выбор конкурентной стратегии.
14. Основным типы конкурентных стратегий: стратегии роста, стабильности и сокращения.
15. Конкурентные стратегии в зависимости от занимаемой фирмой доли на рынке: лидер, претендент на лидерство, последователи, окопавшиеся в рыночных нишах.
16. Характеристика и основные виды портфельных стратегий.
17. Матрица «товары / рынки» И. Ансоффа.
18. Матрица Бостонской консультативной группы (БКГ).
19. Многофакторная матрица «Мак-Кинси».
20. Модель Шелл/ДПМ - «матрица направленной политики».
21. Общая стратегическая модель М. Портера.
22. Характеристика инновационных стратегий по П. Друкеру.
23. Виды стратегий в зависимости от размера предприятия.
24. Подходы к определению дефиниций «конкурентоспособность товара» и «конкурентоспособность услуги».
25. Экономические показатели конкурентоспособности товаров и услуг.
26. Основные методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг.
27. Интегральный метод определения конкурентоспособности товара (услуги) предприятия.
28. Расчет общего показателя конкурентоспособности по нормативным параметрам.
29. Оценка потребительских и экономических параметров товаров.

30. Анализ степени значимости данных показателей.
31. Определение интегрального показателя относительной конкурентоспособности товаров и услуг.
32. Анализ конкурентоспособности предприятия: анализ текущей рыночной ситуации, изучение приоритетных конкурентов, анализ возможностей проникновения на рынок сбыта, анализ программы коммуникативного воздействия в конкурентной борьбе.
33. Методы анализа конкурентоспособности.
34. Анализ конкурентоспособности организации по Ж.-Ж. Ламбену.
35. Матрица GE (Дженерал электрик).
36. SWOT-анализ.
37. PEST-анализ.
38. PIMS-анализ.
39. LOTS-анализ.
40. Сущность и предназначение стратегического управления конкурентоспособностью.
41. Типы систем стратегического управления.
42. Принципы стратегического управления конкурентоспособностью.
43. Основные функции, реализуемые в системе управления конкурентоспособностью предприятия.
44. Цели и задачи стратегического управления конкурентоспособностью.
45. Инструменты управления конкурентоспособностью.
46. Управление товарным ассортиментом.
47. Основные виды классификации товаров.
48. Управление ценообразованием: сущность цены и ее функции. Разработка ценовых стратегий.
49. Стимулирование сбыта и его формы.
50. Управление распределением товара. Формирование каналов распределения.
51. Сравнительные особенности традиционного и современного подходов управления персоналом.
52. Менеджмент и стиль руководства в условиях усиления конкуренции.
53. Развитие подходов к определению значения вклада персонала в повышение конкурентоспособности организации.
54. Оценка кадрового потенциала организации.

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

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

### основная литература:

1. Абабков, Ю. Н. Обеспечение конкурентоспособности предприятия туризма : учебник / Ю. Н. Абабков, И. Г. Филиппова ; под ред. проф. Е. И. Богданова. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 144 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004386-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002614>
2. Антонов, Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 300 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_59b0fc9f869b17.11305387](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_59b0fc9f869b17.11305387). - ISBN 978-5-16-013471-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937630>
3. Быков, В. А. Управление конкурентоспособностью : учеб. пособие / В.А. Быков, Е.И. Комаров. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. — 242 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: <https://new.znanium.com>]. — (Президентская программа подготовки управленческих кадров). — [www.dx.doi.org/10.12737/20892](http://www.dx.doi.org/10.12737/20892). - ISBN 978-5-369-01088-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/942745>
4. Конкурентоспособность организаций и территорий : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин, П.А. Костромин. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1852439. - ISBN 978-5-16-017416-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852439>
5. Тихомирова, О. Г. Менеджмент организации: история, теория, практика : учебное пособие / О.Г. Тихомирова, Б.А. Варламов. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 256 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005014-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843590>

### дополнительная литература:

1. Архипова, Л. С. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции : монография / Л.С. Архипова, Г.Ю. Гагарина, А.М. Архипов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 104 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/6813. - ISBN 978-5-16-010478-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1233662>
2. Исаев, А. А. Формирование системы обеспечения конкурентоспособности продукции на предприятии: монография / А. А. Исаев. — Владивосток : ВГУЭС, 2018. — 148 с. — ISBN 978-5-9736-0524-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/161422>
3. Князева, И. В. Антимонопольная политика в России : учеб. пособие для студентов вузов по специальности "Нац. экономика" / И. В. Князева. - 5-е изд., перераб. - Москва : Омега-Л, 2011. - 505 с.
4. Конкурентные преимущества современной фирмы : практикум для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», профиль «Международный туризм»/ под ред. А. В. Шарковой, И. А. Меркулиной. — 2-е изд.. - Москва : Дашков и К, 2019. - 277 с. - ISBN 978-5-394-03290-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232024>
5. Логинов, Б. Б. Международные факторы производства в национальных экономиках : монография / Б.Б. Логинов, А.О. Руднева. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 312 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-005376-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1739240>
6. Румянцева, Е. Е. Новая экономическая энциклопедия [текст+DVD-R] / Е. Е. Румянцева. - 4-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 882 с.
7. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования : практикум ; учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат/Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева; Российский государственный

- гуманитарный университет. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. - 214 с. - URL: <http://znanium.com/go.php?id=1091794>.
8. Философова, Т. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Т. Г. Философовой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 271 с. - (Гр.).
  9. Чеботаев, А. А. Генезис «маятника экономики» в регулируемых рыночных отношениях : учеб. пособие для студентов вузов по специальности «Организация перевозок и упр. на транспорте (по отраслям)». - М.: Мир; Колос, 2003. - 304 с.
  10. Черенков, В. И. Глобальная маркетинговая среда: опыт концептуальной интеграции : монография / В.И. Черенков. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 362 с. — (Научная мысль). — [www.dx.doi.org/10.12737/7712](http://www.dx.doi.org/10.12737/7712). - ISBN 978-5-16-010429-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/920704>
- б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.
1. Теории конкуренции: учеб.-метод. рекомендации по выполнению контрольной работы бакалаврами заочной формы обучения направления 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг» / О. Н. Кусакина, Н. А. Довготько, Е. В. Скиперская; Ставропольский ГАУ. - Ставрополь: Бюро новостей, 2022.

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

1. <http://www.government.ru/> Интернет-портал Правительства РФ
2. <http://www.cbr.ru> Центральный банк России
3. <http://www.economy.gov.ru/minec/main> Министерство экономического развития Российской Федерации
4. <http://www.minfin.ru> Министерство финансов России
5. <http://www.nalog.ru> Министерство по налогам и сборам России
6. <https://rosstat.gov.ru/> Госкомстат России
7. <http://www.rbc.ru> Информационное агентство «Росбизнесконсалтинг» (Россия)
8. <https://www.worldbank.org> Всемирный банк
9. <https://www.imf.org> Международный валютный фонд
10. <https://www.nber.org/> Национальное бюро экономических исследований (США)
11. <https://www.iep.ru/ru/> Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара
12. <http://www.hse.ru> Государственный университет - Высшая школа экономики (Россия)
13. <https://beafnd.org/> Бюро экономического анализа (Россия)
14. <http://vopreco.ru> Журнал «Вопросы экономики»
15. <https://welcome.stepik.org/ru> Онлайн курсы на образовательной платформе Stepik
16. <https://www.lektorium.tv/> Онлайн курсы на образовательной платформе Лекториум
17. <https://openedu.ru/course/> Онлайн курсы на образовательной платформе «Открытое образование»
18. <https://www.coursera.org/> Онлайн курсы на образовательной платформе Coursera
19. [https://university.org/](https://www.universarium.org/) Онлайн курсы на образовательной платформе Универсариум
20. <http://www.consultant.ru/> Справочно-поисковая система «Консультант Плюс»
21. <http://www.garant.ru/> Справочно-поисковая система СПС «Гарант»
22. [https://www.elibrary.ru/author\\_s.asp](https://www.elibrary.ru/author_s.asp) Научная библиотека elibrary.ru
23. <http://eup.ru/> Экономика и управление на предприятиях. Научно-образовательный портал. Библиотека экономической и управленческой литературы.

23. <http://www.aup.ru> Административно-Управленческий Портал - бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии
24. <http://ecsocman.hse.ru/> Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент"

## 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Конкуренция и конкурентоспособность» предназначена для изучения экономических основ конкуренции и конкурентоспособности предприятия.

В современной экономике понятие конкурентоспособности является одним из ключевых, в нем концентрированно выражаются экономические, научно-технические, производственные, организационно-управленческие, маркетинговые возможности не только отдельного предприятия, товара, отрасли, но и экономики страны в целом.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса. Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Результатом прослушивания лекции для студентов является конспект. При написании конспекта хорошо оставлять свободные места, предусмотреть поля, так как при проработке материала с использованием книги бывает необходимо дополнить или скорректировать записи. Такая работа с конспектом приводит к глубокому пониманию и освоению предмета.

Практические занятия проводятся в виде практических работ (обсуждение контрольных и проблемных вопросов, выполнение рефератов на актуальные темы, рассмотрение примеров из практики отечественных предприятий и т.п.). Дисциплина «Конкуренция и конкурентоспособность» носит прикладной характер, а следовательно, особое внимание при проведении практических занятий уделяется тем теоретическим положениям и практическим навыкам, которые могут быть использованы в будущей практической деятельности.

Чтобы облегчить выполнение заданий, необходимо определить временные рамки. Еженедельная подготовка по дисциплине требует временных затрат. Четкое фиксирование по времени регулярных дел, закрепление за ними одних и тех же часов – важный шаг к организации времени. При учете времени надо помнить об основной цели рационализации – получить наибольший эффект с наименьшими затратами. Учет – лишь средство для решения основной задачи: сэкономить время.

Важная роль в организации учебной деятельности отводится учебно-тематическому плану дисциплины, дающему представление не только о тематической последовательности изучения курса, но и о затратах времени, отводимом на изучение курса. Успешность освоения курса «Конкуренция и конкурентоспособность» во многом зависит от правильно спланированного времени при самостоятельной подготовке (в зависимости от специальности от 2–3 до 5 часов в неделю).

При подготовке к занятиям по дисциплине «Конкуренция и конкурентоспособность» необходимо руководствоваться нормами времени на выполнение заданий. Например, при подготовке к занятию на проработку конспекта одной лекции, учебников, как правило, отводится от 0,5 часа до 2 часов, а на изучение первоисточников объемом 16 страниц печатного текста с составлением конспекта 1,5–2 часа, с составлением лишь плана около 1 часа.

Успешное изучение курса «Конкуренция и конкурентоспособность» предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделяется целям, задачам, структуре и содержанию курса.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Начиная изучение курса, студенту необходимо:

- ознакомиться с программой, изучить список рекомендуемой литературы. К программе курса необходимо будет возвращаться постоянно, по мере усвоения каждой темы в отдельности, для того чтобы понять: достаточно ли полно изучены все вопросы;

- внимательно разобраться в структуре курса «Конкуренция и конкурентоспособность», в системе распределения учебного материала по видам занятий, формам контроля, чтобы иметь представление о курсе в целом, о лекционной и практической части всего курса изучения;

- обратиться к методическим пособиям по дисциплине, позволяющим ориентироваться в последовательности выполнения заданий.

**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**

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующее программное обеспечение: MicrosoftWindowsServerSTDCORE AllLng License/Software AssurancePack Academic OLV 16Licenses LevelE AdditionalProduct CoreLic 1Year; Kaspersky Total Security Russian Edition. 1000-1499 Node 1 year Educational Renewal License; КонсультантПлюс-СК сетевая версия (правовая база).

**11.2 Перечень свободно распространяемого программного обеспечения**  
BigBlueButton

**11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства**

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	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	<b>Учебная аудитория для проведения лекционных занятий</b> (ауд. № 160, площадь – 202,7 м <sup>2</sup> ).	Специализированная мебель на 180 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Panasonic EX620 X6A – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 1 шт., мониторы - 3 шт., плазменная панель - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.
2	<b>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа</b> (ауд. № 165, площадь – 66,6 м <sup>2</sup> ).	Специализированная мебель на 30 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., телевизор SAMSUNG UHD TV 7 series - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
3	<b>Учебные аудитории для самостоятельной работы студентов:</b>	
	1. Читальный зал научной библиотеки (площадь 177 м <sup>2</sup> )	Оснащение: специализированная мебель на 100 посадочных мест, персональные компьютеры – 56 шт., телевизор – 1шт., принтер – 1шт., цветной принтер – 1шт., копировальный аппарат – 1шт., сканер – 1шт., Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
	2. Учебная аудитория № 165 (площадь – 66,6 м <sup>2</sup> )	Специализированная мебель на 30 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., телевизор SAMSUNG UHD TV 7 series - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета,

		выход в корпоративную сеть университета.
4	<b>Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций</b> (ауд. № 165, площадь – 66,6 м <sup>2</sup> ).	Специализированная мебель на 30 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., телевизор SAMSUNG UHD TV 7 series - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
5	<b>Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации</b> (ауд. № 165, площадь – 66,6 м <sup>2</sup> ).	Специализированная мебель на 30 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., телевизор SAMSUNG UHD TV 7 series - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.

### **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, прочитать 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, прочитать 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 Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и учебного плана по профилю «Маркетинг».

Автор:

к.э.н., доцент Скиперская Е.В.

Рецензенты:

к.э.н., доцент Довготько Н.А.

к.э.н., доцент Байчерова А.Р.

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» рассмотрена на заседании кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики протокол № 18 от 16 мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и учебного плана по профилю «Маркетинг».

Зав. кафедрой экономической теории, маркетинга и агроэкономики, д-р. экон. наук,  
профессор

Кусакина О. Н.

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 9 от 19 мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и учебного плана по профилю «Маркетинг».

Руководитель ОП

к.э.н., доцент Агаларова Е.Г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность»**  
 по подготовке обучающегося по программе бакалавриата  
 по направлению подготовки

38.03.02	<b>Менеджмент</b>
код	наименование направления подготовки
	<b>Маркетинг</b>
	профиль
<b>Форма обучения – очная, очно-заочная.</b>	
<b>Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 час.</b>	
<b>Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий</b>	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч., практические (лабораторные) занятия – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч., самостоятельная работа – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12ч., в том числе практическая подготовка – 12 ч., практические (лабораторные) занятия – 12 ч., в том числе практическая подготовка – 12 ч., самостоятельная работа – 48 ч., в том числе практическая подготовка - 48 ч.</p>
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Целью дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» является обучение студентов навыкам анализа, оценки и управления конкурентоспособностью компании с возможностью практического использования полученных знаний, умений и навыков в профессиональной деятельности.
<b>Место дисциплины в структуре ОП ВО</b>	Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Конкуренция и конкурентоспособность» входит в число дисциплин по выбору студента, части, формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата.
<b>Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины</b>	<p><b>Профессиональные компетенции (ПК):</b></p> <p><b>ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования в профессиональной деятельности</b></p> <p>ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации</p> <p>ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет</p>
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретических и практических основ конкуренции и конкурентоспособности (ПК-1.1);</li> <li>– количественных методов оценки уровня конкурентоспособности организации (ПК-1.1);</li> <li>– особенностей анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1);</li> <li>– видов конкурентных стратегий организации (ПК-1.2);</li> <li>– механизма разработки успешных конкурентных стратегий и возможности их реализации (ПК-1.2);</li> <li>– особенностей проведения анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2);</li> <li>– инструментов и методов повышения конкурентоспособности организации (ПК-1.2);</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации (ПК-1.1);</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обосновывать условия создания конкурентной среды для эффективного функционирования организации (ПК-1.1);</li> <li>– применять количественные методы оценки уровня конкурентоспособности организации (ПК-1.1);</li> <li>– анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2);</li> <li>– рассчитывать комплексную систему показателей конкурентоспособности организации (ПК-1.2);</li> <li>– планировать мероприятия по повышению конкурентоспособности организации (ПК-1.2);</li> </ul> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации (ПК-1.1);</li> <li>– обоснования условий создания конкурентной среды для эффективного функционирования организации (ПК-1.1);</li> <li>– применения количественных методов оценки уровня конкурентоспособности организации (ПК-1.1);</li> <li>– анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет (ПК-1.2);</li> <li>– расчёта комплексной системы показателей конкурентоспособности организации (ПК-1.2);</li> <li>– планирования мероприятий по повышению конкурентоспособности организации (ПК-1.2).</li> </ul>
<p><b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</b></p>	<p>Тема 1. Теоретико-методологические основы конкуренции</p> <p>Тема 2. Экономическая сущность и уровни исследования конкурентоспособности</p> <p>Тема 3. Формирование конкурентной стратегии организации</p> <p>Тема 4. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг</p> <p>Тема 5. Оценка конкурентоспособности организации</p> <p>Тема 6. Концепции управления, влияющие на конкурентоспособность организации</p> <p>Тема 7. Маркетинговые технологии повышения конкурентоспособности организации</p> <p>Тема 8. Человеческий капитал как фактор повышения конкурентоспособности организации</p>
<p><b>Форма контроля</b></p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> семестр 3 – зачёт.</p> <p><u>Заочная форма обучения:</u> не реализуется.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 3 – зачёт.</p>
<p><b>Автор:</b></p>	<p>доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, канд. экон. наук Скиперская Е.В.</p>