

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

УТВЕРЖДАЮ

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

«__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.01.01 Конкуренция и конкурентоспособность

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг

бакалавр

очная

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины «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	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования различных типов с использованием инструментов комплекса маркетинга и цифровых технологий	ПК-1.1 Разрабатывает дизайн исследования и план сбора данных под задачи, связанные с элементами комплекса маркетинга (товар, цена, сбыт, продвижение)	знает теоретические и практические основы конкуренции и конкурентоспособности; количественные методы оценки уровня конкурентоспособности организации; особенности анализа маркетинговой среды организации; умеет проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации; обосновывать условия создания конкурентной среды для эффективного функционирования организации; применять количественные методы оценки уровня конкурентоспособности организации; владеет навыками навыками проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации; обоснования условий создания конкурентной среды для эффективного функционирования организации; применения количественных методов оценки уровня конкурентоспособности организации.
ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования различных типов с использованием инструментов комплекса маркетинга и цифровых технологий	ПК-1.2 Проводит сбор, обработку и анализ маркетинговой информации с применением маркетинговой аналитики и цифровых технологий	знает виды конкурентных стратегий организации; механизм разработки успешных конкурентных стратегий и возможности их реализации; особенности проведения анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет; инструменты и методы повышения конкурентоспособности организации; умеет анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет; рассчитывать комплексную систему показателей конкурентоспособности организации; планировать мероприятия по повышению конкурентоспособности организации; владеет навыками

		навыками анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети ин-тернет; расчёта комплексной системы показателей конкурентоспособности организации; планирования мероприятий по повышению конкурентоспособности организации.
--	--	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Конкуренция и конкурентоспособность» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений программы.

Изучение дисциплины осуществляется в 2семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Конкуренция и конкурентоспособность» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Экономика Введение в профессиональную деятельность

Освоение дисциплины «Конкуренция и конкурентоспособность» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Проектная работа

Производственная практика

Научно-исследовательская работа

Преддипломная практика

Международный маркетинг

Рынки потребительских товаров

Маркетинг в агробизнесе

Цифровые сервисы в маркетинге (Цифровые технологии в профессиональной деятельности)

Интернет-маркетинг

Маркетинговые исследования и рыночная аналитика

Поведение потребителей

Инновационный маркетинг (Проектная работа)

Конкурентный анализ

Информационные технологии в маркетинге (Цифровые технологии в профессиональной деятельности)

Нейромаркетинг

Инструменты анализа и визуализации данных (Цифровые технологии в профессиональной деятельности)

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

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

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
2	108/3	18	36		54		За
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	8				
практической подготовки		18	36		54		

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
2	108/3			0.12			

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

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций	Код индикаторов достижения компетенций
			всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
					Практические	Лабораторные				
1.	1 раздел. Теоретико-методологические основы исследования конкуренции и конкурентоспособности									
1.1.	Конкуренция как экономическая категория: сущность, генезис и методология исследования	2	6	2	4		9		Собеседование, Тест, Задачи, Реферат	ПК-1.1, ПК-1.2
1.2.	Типология моделей конкурентного поведения хозяйствующих субъектов	2	16	6	10		12		Собеседование, Тест, Задачи, Реферат	ПК-1.1, ПК-1.2
1.3.	Экономическая природа и иерархия уровней оценки конкурентоспособности	2	6	2	4		5		Собеседование, Тест, Задачи, Реферат	ПК-1.1, ПК-1.2
1.4.	Контрольная точка № 1 по темам 1.1-1.3	2	2		2			КТ 1	Собеседование, Тест, Задачи	ПК-1.1, ПК-1.2
2.	2 раздел. Практика оценки и выбора конкурентных стратегий									
2.1.	Методический инструментарий оценки конкурентоспособности предприятия	2	8	2	6		10		Собеседование, Тест, Задачи, Реферат	ПК-1.1, ПК-1.2
2.2.	Анализ конкурентоспособности на мезо- и макроуровнях: отрасль, регион, национальная экономика	2	6	2	4		8		Собеседование, Тест, Задачи, Реферат	ПК-1.1, ПК-1.2
2.3.	Формирование и реализация конкурентных стратегий в рамках стратегического управления предприятием	2	8	4	4		10		Собеседование, Тест, Реферат	ПК-1.1, ПК-1.2
2.4.	Контрольная точка № 2 по темам 2.1-2.3	2	2		2			КТ 2	Собеседование, Тест, Задачи	ПК-1.1, ПК-1.2
2.5.	Промежуточная аттестация	2								ПК-1.1, ПК-1.2
	Промежуточная аттестация	За								
	Итого		108	18	36		54			
	Итого		108	18	36		54			

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
Конкуренция как экономическая категория: сущность, генезис и методология исследования	Понятие и сущность рыночной конкуренции. Функции и виды конкуренции. Показатели рыночной концентрации Эволюция взглядов на роль конкуренции в развитии экономики.	2/2
Типология моделей конкурентного поведения хозяйствующих субъектов	Рыночные структуры и рыночная власть. Совершенная конкуренция: рынок равных возможностей. Краткосрочное и долгосрочное равновесие конкурентного рынка. Сущность монополии и ее характеристика. Монополистическая конкуренция: сущность, признаки и условия возникновения. Производственный выбор в условиях ограниченной монопольной власти Неценовая конкуренция, реклама, конкурентные стратегии фирм в условиях монополистической конкуренции. Признаки и характеристики олигополистического рынка. Модели кооперативного поведения: сговор и лидерство. Модели некооперативного поведения: ценовая война и конкурентное сотрудничество.	6/-
Экономическая природа и иерархия уровней оценки конкурентоспособности	Экономическая природа конкурентоспособности. Эволюция теории конкурентных преимуществ. Параметрические характеристики конкурентного преимущества.	2/2
Методический инструментарий оценки конкурентоспособности предприятия	Понятие и сущность конкурентности товара. Параметры оценки конкурентоспособности товара. Методики оценки конкурентности товара. Понятие конкурентоспособности предприятия Методы сбора данных для оценки конкурентоспособности предприятия Методы оценки конкурентоспособности предприятия	2/-
Анализ конкурентоспособности на мезо- и макроуровнях: отрасль, регион, национальная экономика	Оценка уровня конкурентоспособности отрасли Оценка уровня конкурентоспособности региона Оценка уровня конкурентоспособности страны	2/-
Формирование и реализация конкурентных стратегий в рамках стратегического управления	Понятие стратегии и сущность стратегического управления организацией. Классификация конкурентных стратегий по	4/-

предприятием	Майклу Портеру. Современные теории конкурентного поведения. Формирование конкурентных стратегий в зависимости от уровня конкуренции в отрасли.	
Итого		18

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

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Конкуренция как экономическая категория: сущность, генезис и методология исследования	Занятие, направленное на изучение понятия, сущности, функций и видов рыночной конкуренции, а также показателей рыночной концентрации и эволюции научных взглядов на её роль в развитии экономики, предполагает диагностику уровня усвоения материала. Она осуществляется посредством устного опроса, тестирования и обсуждения подготовленных рефератов. В заключительной части проводится разбор типичных ошибок и обобщение полученных результатов.	Пр	4/2/4
Типология моделей конкурентного поведения хозяйствующих субъектов	Занятие, направленное на изучение рыночных структур и рыночной власти, включает анализ совершенной конкуренции как рынка равных возможностей, краткосрочного и долгосрочного равновесия на конкурентном рынке, сущности и характеристик монополии, а также признаков и условий возникновения монополистической конкуренции. Особое внимание уделяется производственному выбору в условиях ограниченной монопольной власти, неценовой конкуренции, роли рекламы и конкурентным стратегиям фирм. В рамках темы также рассматриваются признаки олигополистического рынка, модели кооперативного поведения (сговор и лидерство) и модели некооперативного поведения (ценовая война и конкурентное сотрудничество). Изучение материала предполагает диагностику уровня его усвоения посредством устного опроса, тестирования, решения практико-ориентированных задач и обсуждения подготовленных рефератов. В заключение занятия проводится разбор допущенных ошибок и обобщение полученных результатов.	Пр	10/-/10

Экономическая природа и иерархия уровней оценки конкурентоспособности	Занятие, направленное на изучение экономической природы конкурентоспособности, предполагает анализ эволюции теоретических взглядов на формирование конкурентных преимуществ, а также исследование их параметрических характеристик. Освоение материала предусматривает диагностику уровня его усвоения посредством устного опроса, тестирования и обсуждения подготовленных рефератов. В заключение занятия проводится разбор допущенных ошибок и обобщение полученных результатов.	Пр	4/-/4
Контрольная точка № 1 по темам 1.1-1.3	Контрольная точка включает в себя: 1 теоретический вопрос, 10 тестовых заданий и 1 задачу	Пр	2/-/2
Методический инструментарий оценки конкурентоспособности предприятия	Данное учебное занятие посвящено изучению ключевых категорий и инструментов оценки конкурентоспособности товаров и предприятий. Рассматривается теоретическая основа конкурентности продукции, методы измерения её привлекательности на рынке, методики выявления преимуществ и недостатков, а также стратегии повышения конкурентоспособности организаций. Особое внимание уделяется методикам сбора и обработки данных, способствующим объективному определению конкурентных позиций компаний. Завершается занятие диагностикой степени освоения учебного материала студентами путем проведения устного опроса, тестирования и обсуждений подготовленных рефератов. По итогам занятия проводится анализ выявленных затруднений студентов и систематизация достигнутых результатов.	Пр	6/6/6
Анализ конкурентоспособности на мезо- и макроуровнях: отрасль, регион, национальная экономика	Занятие, направленное на изучение методологических подходов к оценке уровня конкурентоспособности отраслей, регионов и национальной экономики, предполагает диагностику усвоения материала посредством устного опроса, тестирования и обсуждения подготовленных рефератов. В заключение занятия проводится разбор допущенных ошибок и обобщение полученных результатов.	Пр	4/-/4
Формирование и реализация конкурентных стратегий в рамках стратегического	Практическое занятие, ориентированное на изучение понятия стратегии и сущности стратегического управления организацией, предусматривает анализ классификации конкурентных стратегий по Майклу	Пр	4/-/4

управления предприятием	Портеру, обзор современных теорий конкурентного поведения, а также рассмотрение особенностей формирования конкурентных стратегий в зависимости от уровня концентрации и интенсивности конкуренции в отрасли. Освоение материала предполагает диагностику уровня его усвоения посредством устного опроса, тестирования и обсуждения подготовленных рефератов. В заключение занятия проводится разбор допущенных ошибок и обобщение полученных результатов.		
Контрольная точка № 2 по темам 2.1- 2.3	Контрольная точка включает в себя: 1 теоретический вопрос, 10 тестовых заданий и 1 творческое задание	Пр	2/-/2
Итого			

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
Изучить конспект лекций и рекомендованную научную литературу, уделив особое внимание ключевым положениям и структуре изложенного материала	9
Изучить конспект лекций и рекомендованную научную литературу, уделив особое внимание ключевым положениям и структуре изложенного материала	12
Изучить конспект лекций и рекомендованную научную литературу, уделив особое внимание ключевым положениям и структуре изложенного материала	5
Изучить конспект лекций и рекомендованную научную литературу, уделив особое внимание ключевым положениям и структуре изложенного материала	10
Изучить конспект лекций и рекомендованную научную литературу, уделив особое внимание ключевым положениям и структуре изложенного материала	8

Изучить конспект лекций и рекомендованную научную литературу, уделив особое внимание ключевым положениям и структуре изложенного материала

10

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «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 «Конкуренция и конкурентоспособность».
2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Конкуренция и конкурентоспособность».
3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ (задачи) (при наличии).
4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)
5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).

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

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Конкуренция как экономическая категория: сущность, генезис и методология исследования. Изучить конспект лекций и рекомендованную научную литературу, уделив особое внимание ключевым положениям и структуре изложенного материала	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Л3.1, Л3.2, Л3.3, Л3.4
2	Типология моделей конкурентного поведения хозяйствующих субъектов. Изучить конспект лекций и рекомендованную научную литературу, уделив особое внимание ключевым положениям и структуре изложенного материала	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Л3.1, Л3.2, Л3.3, Л3.4
3	Экономическая природа и иерархия уровней оценки конкурентоспособности. Изучить конспект лекций и рекомендованную научную литературу, уделив особое внимание ключевым положениям и структуре изложенного материала	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Л3.1, Л3.2, Л3.3, Л3.4
4	Методический инструментарий оценки конкурентоспособности предприятия. Изучить конспект лекций и рекомендованную научную литературу, уделив особое внимание ключевым положениям и структуре изложенного материала	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Л3.1, Л3.2, Л3.3, Л3.4
5	Анализ конкурентоспособности на мезо- и макроуровнях: отрасль, регион, национальная экономика. Изучить конспект лекций и рекомендованную научную литературу, уделив особое внимание	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Л3.1, Л3.2, Л3.3, Л3.4

	ключевым положениям и структуре изложенного материала			
6	Формирование и реализация конкурентных стратегий в рамках стратегического управления предприятием. Изучить конспект лекций и рекомендованную научную литературу, уделив особое внимание ключевым положениям и структуре изложенного материала	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5	Л3.1, Л3.2, Л3.3, Л3.4

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Конкуренция и конкурентоспособность»

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

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	

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 «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 коррективке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Конкуренция и конкурентоспособность» проводится в виде Зачет.

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

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете 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
2 семестр		
КТ 1	Собеседование	4
КТ 1	Тест	3
КТ 1	Задачи	8
КТ 2	Собеседование	4

КТ 2	Тест		3
КТ 2	Задачи		8
Сумма баллов по итогам текущего контроля			30
Посещение лекционных занятий			20
Посещение практических/лабораторных занятий			20
Результативность работы на практических/лабораторных занятиях			30
Итого			100
№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижений компетенций	Максимальное количество баллов	Критерии оценки знаний студентов
2 семестр			
КТ 1	Собеседование	4	4 балла - 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 суще-ственными 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.
КТ 1	Тест	3	3 балла - выставляется студенту, если в тесте 100% правильных ответов; 2 балла - 80% правильных ответов; 1 балл - 60% правильных ответов; 0 баллов - менее 40% правильных ответов

КТ 1	Задачи	8	8 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. 7 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. 6 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 4 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 пра-вильных выводов 0 баллов Задача не решена.
--	--	--	---

КТ 2	Собеседование	4	4 балла - 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. 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.
КТ 2	Тест	3	3 балла - выставляется студенту, если в тесте 100% правильных ответов; 2 балла - 80% правильных ответов; 1 балл - 60% правильных ответов; 0 баллов - менее 40% правильных ответов

КТ 2	Задачи	8	8 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. 7 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. 6 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 4 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 результатов обучения на промежуточной аттестации

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

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

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

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

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

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

Теоретический вопрос

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

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

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

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

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная.

Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

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

Задания на проверку умений и навыков

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

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

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

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

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

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

ВОПРОСЫ К ЗАЧЁТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ»

1. Понятие и сущность рыночной конкуренции.
2. Функции конкуренции.
3. Виды конкуренции.
4. Показатели рыночной концентрации.
5. Эволюция взглядов на роль конкуренции в развитии экономики.
6. Поведение фирмы на рынке совершенной конкуренции.
7. Поведение фирмы на рынке чистой монополии.
8. Ценовая дискриминация: понятие и виды.
9. Поведение фирмы на рынке монополистической конкуренции.
10. Поведение фирмы в условиях олигополии.
11. Конкурентное поведение компаний в условиях олигополии.
12. Неконкурентное поведение компаний в условиях олигополии.
13. Экономическая природа конкурентоспособности.
14. Теория абсолютных преимуществ А. Смита.
15. Теория сравнительных преимуществ Д. Рикардо.
16. Теория соотношения факторов производства Хекшера-Олина.
17. Концепция конкурентных преимуществ М. Портера.
18. Параметрические характеристики конкурентного преимущества.
19. Понятие и сущность конкурентности товара.
20. Параметры оценки конкурентоспособности товара.
21. Методики оценки конкурентности товара.
22. Понятие конкурентоспособности предприятия.
23. Первичная и вторичная информация.
24. SWOT-анализ.
25. PEST-анализ.
26. PIMS-анализ.
27. LOTS-анализ.
28. Методы сбора данных для оценки конкурентоспособности предприятия.
29. Методы оценки конкурентоспособности предприятия.
30. Методы анализа конкурентоспособности.
31. Анализ конкурентоспособности организации по Ж.-Ж. Ламбену.
32. Матрица GE (Дженерал электрик).

33. Сущность и предназначение стратегического управления конкурентоспособностью.
34. Типы систем стратегического управления.
35. Принципы стратегического управления конкурентоспособностью.
36. Основные функции, реализуемые в системе управления конкурентоспособностью предприятия.
37. Цели и задачи стратегического управления конкурентоспособностью.
38. Инструменты управления конкурентоспособностью. экономическая сущность понятия «конкурентная стратегия».
39. Процесс разработки и выбор конкурентной стратегии организации.
40. Факторы, предопределяющие выбор конкурентной стратегии.
41. Основные типы конкурентных стратегий: стратегии роста, стабильности и сокращения.
42. Конкурентные стратегии в зависимости от занимаемой фирмой доли на рынке: лидер, претендент на лидерство, последователи, окопавшиеся в рыночных нишах.
43. Характеристика и основные виды портфельных стратегий.
44. Матрица «товары / рынки» И. Ансоффа.
45. Матрица Бостонской консультативной группы (БКГ).
46. Многофакторная матрица «Мак-Кинси».

ТИПОВЫЕ ЗАДАЧИ

1. На рынке функционирует всего четыре компании. Каждая из них занимает определенную долю рынка: первой компании принадлежит 40% рынка, второй – 30%, третьей – 15%, четвертой – 15%. Верно ли, что индекс Херфиндаля-Хиршмана составит 2950?

2. Цена товара составляет 50 долларов, предельные издержки его производства 45 долларов. Фирма контролирует 27% отраслевого объема продаж. Другие крупные фирмы в этой отрасли реализуют в этой отрасли соответственно 10%, 7% и 6 % рынка. Верно ли, что индекс Лернера составит 0,1?

3. Цена на товар А в гастрономе выросла со 120 рублей до 122 рублей, при этом объем продаж сократился на 10%. Верно ли, что в данном интервале цен спрос эластичен по цене?

4. Определите емкость рынка товара А если известно, что в регионе проживает 2777 тыс. чел., число потребителей данного товара составляет 1400 тыс. чел., норма его потребления – 4 шт./чел. в год., объем производства товара региональными предприятиями составляет 1500 тыс. шт., импорт товара – 2500 тыс. шт., экспорт – 700 тыс. шт.

5. Фирма, действующая в условиях монополистической конкуренции, имеет функцию общей выручки: $TR(Q) = 125 \times Q - 2 \times Q^2$, где Q – объем производимой и продаваемой продукции. Прибыль фирмы максимальна при объеме продаж 20 единиц в день. Определите степень монопольной власти фирмы, используя индекс Лернера (полученный ответ округлите до сотых).

6. Фирма при реализации продукции ориентируется на определенный сегмент рынка. В этом сегменте емкость рынка составляет 50 млн. шт., доля фирмы составляет 12%. Изменений емкости рынка не предвидится, объем продаж фирмы сократится на 1,1 млн. шт. Определите, какую долю рынка будет занимать фирма при вышеуказанных условиях? (полученный ответ округлите до десятых).

7. По данным опроса целевая аудитория фирм «Элар» и «Квортум» составляет 2000 человек. За год компании смогут произвести и реализовать 2000 кг сливочного масла каждая. Стоимость одной упаковки – 150 рублей, вес – 180 г. На каждого человека приходится 2 кг сливочного масла в год. Потенциальная ёмкость рынка составит... млн. руб. (полученный ответ округлите до десятых).

8. На рынке функционирует всего четыре компании. Каждая из них занимает определенную долю рынка: первой компании принадлежит 35% рынка, второй – 25%, третьей – 20%, четвертой – 20%. На основе расчёта индекса Херфиндаля-Хиршмана определите, является ли отрасль высококонцентрированной, умеренно или низкоконцентрированной (впишите слово).

ТЕМЫ РЕФЕРЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ»

Раздел 1. Теоретико-методологические основы исследования конкуренции и конкурентоспособности

Тема 1.1 Конкуренция как экономическая категория: сущность, генезис и методология исследования

1. Эволюция взглядов на конкуренцию в трудах классиков политэкономии.
2. Сравнительный анализ поведенческого и структурного подходов к конкуренции.
3. Конкуренция как процедура открытия: идеи Ф. Хайека.
4. Роль конкуренции в инновационном развитии: теория Й. Шумпетера.
5. Современные трактовки конкуренции в неинституциональной экономике.
6. Функции конкуренции и их реализация в цифровой экономике.
7. Конкуренция и монополия: диалектика взаимодействия.
8. Конкуренция как фактор экономической динамики.
9. Эволюция антимонопольной политики в контексте изменения взглядов на конкуренцию.
10. Конкуренция в глобальном мире: новые вызовы и подходы.

Тема 1.2 Типология моделей конкурентного поведения хозяйствующих субъектов

1. Совершенная конкуренция как идеальная модель и реальность.
2. Дифференциация продукта как основа монополистической конкуренции.
3. Олигополия и стратегическое взаимодействие фирм.
4. Модели ценового лидерства на олигополистических рынках.
5. Картельные соглашения: причины возникновения и устойчивости.
6. Неценовая конкуренция в условиях монополистической конкуренции: реклама, брендинг.
7. Естественная монополия и её регулирование.
8. Индекс Херфиндала-Хиршмана и его применение в антимонопольной практике.
9. Поведение фирм в условиях дуополии: модели Курно, Бертрана, Штакельберга.
10. Современные тенденции развития рыночных структур в цифровой экономике.

Тема 1.3 Экономическая природа и иерархия уровней оценки конкурентоспособности

1. Эволюция теорий конкурентных преимуществ: от Рикардо до Барни.
2. Модель «национального ромба» М. Портера и её применение.
3. Ресурсный подход в стратегическом управлении: VRIO-анализ.
4. Ключевые компетенции как источник устойчивого конкурентного преимущества.
5. Иерархия конкурентоспособности: взаимосвязь микро-, мезо- и макроуровней.
6. Факторы конкурентоспособности региона в современной России.
7. Конкурентоспособность страны в глобальных рейтингах (ВЭФ, IMD).
8. Роль инноваций в формировании конкурентных преимуществ.
9. Сравнительный анализ отраслевой конкурентоспособности в различных странах.
10. Влияние цифровизации на конкурентные преимущества фирм.

Раздел 2. Практика оценки и выбора конкурентных стратегий

Тема 2.1 Методический инструментарий оценки конкурентоспособности предприятия

1. Матрица BCG: возможности и ограничения в оценке конкурентоспособности.
2. Многокритериальные методы оценки конкурентоспособности предприятия.
3. Роль бенчмаркинга в повышении конкурентоспособности.
4. Применение цепочки ценности Портера для диагностики конкурентных преимуществ.
5. Методика оценки конкурентоспособности на основе потребительной стоимости.
6. Интегральный показатель конкурентоспособности: проблемы построения.
7. Экспертные оценки в анализе конкурентоспособности: достоинства и недостатки.
8. Сравнительный анализ методов оценки конкурентоспособности предприятия.
9. Оценка конкурентоспособности малого бизнеса: особенности и подходы.

Тема 2.2 Анализ конкурентоспособности на мезо- и макроуровнях: отрасль, регион, национальная экономика

1. Конкурентоспособность регионов России: рейтинги и факторы.
2. Глобальный индекс конкурентоспособности ВЭФ: методология и интерпретация.
3. Влияние кластерной политики на конкурентоспособность отраслей.
4. Сравнительный анализ конкурентоспособности стран БРИКС.
5. Факторы, сдерживающие рост конкурентоспособности российской промышленности.
6. Роль инновационной инфраструктуры в конкурентоспособности региона.
7. Отраслевой анализ рынка телекоммуникаций в РФ с использованием пяти сил Портера.
8. Влияние международной торговли на конкурентоспособность национальной экономики.
9. Экономическая безопасность и конкурентоспособность: взаимосвязь.

Тема 2.3 Формирование и реализация конкурентных стратегий в рамках стратегического управления предприятием

1. Сравнительный анализ стратегий лидерства по издержкам и дифференциации.
2. Стратегия фокусирования: преимущества и ограничения.
3. Стратегические альянсы и их роль в конкурентной борьбе.
4. Реализация конкурентной стратегии: проблемы и пути их решения.
5. Влияние цифровой трансформации на выбор конкурентной стратегии.
6. Стратегии международной конкуренции.
7. Стратегическое планирование в малом бизнесе.
8. Кейс-стади: успешные конкурентные стратегии известных компаний (например, IKEA, Tesla).

Раздел 1. Теоретико-методологические основы исследования конкуренции и конкурентоспособности

Тема 1.1 Конкуренция как экономическая категория: сущность, генезис и методология исследования

Перечень вопросов для собеседования

1. В чем заключается поведенческий подход к пониманию конкуренции (А. Смит, Д. Рикардо)?
2. Какие особенности конкуренции выделяет структурный подход (Ф. Эджоурт, Дж. Робинсон)?
3. Что нового вносит функциональный подход Й. Шумпетера и Ф. Хайека?
4. Как менялось понимание роли конкуренции в экономической теории в XIX–XX веках?
5. В чем проявляется инновационная функция конкуренции?
6. Каким образом конкуренция выполняет регулирующую и распределительную функции?
7. Назовите позитивные и негативные последствия конкурентной борьбы для экономической системы.
8. Как индекс Херфиндаля-Хиршмана используется для оценки концентрации?

Тестовые задания

1. Кто из экономистов рассматривал конкуренцию как «невидимую руку», направляющую индивидуальные интересы на пользу обществу?
 - A. А. Смит
 - B. Д. Рикардо
 - C. К. Маркс
 - D. А. Маршалл
2. Какой подход к определению конкуренции акцентирует внимание на типе рыночной структуры?

- A. Поведенческий
 - B. Структурный
 - C. Функциональный
 - D. Институциональный
3. Й. Шумпетер считал основным драйвером экономического развития:

- A. Ценовую конкуренцию
- B. Совершенную конкуренцию
- C. Инновации (созидательное разрушение)
- D. Государственное регулирование

4. Какая функция конкуренции обеспечивает приспособление предприятий к изменяющимся условиям рынка?

- A. Инновационная
- B. Адаптационная
- C. Регулирующая
- D. Распределительная

5. Кто из экономистов представлял конкуренцию как «процедуру открытия»?

- A. А. Смит
- B. Ф. Хайек
- C. Д. Рикардо
- D. Дж. Робинсон

Задачи

1. В отрасли действуют три фирмы с долями: 40%, 30%, 30%. Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана (ННІ). Оцените уровень концентрации.

2. В отрасли с дифференцированным продуктом индекс Херфиндаля-Хиршмана равен 800. Оцените уровень концентрации.

3. Рассчитайте индекс концентрации для 3 крупнейших фирм в отрасли, если их доли: 25%, 20%, 15%.

Тема 1.2 Типология моделей конкурентного поведения хозяйствующих субъектов

Перечень вопросов для собеседования

- 1. Назовите критерии классификации рыночных структур.
- 2. Как определяется оптимальный объем выпуска в условиях совершенной конкуренции?
- 3. Какие барьеры входа существуют на монополизованных рынках?
- 4. Чем дифференциация продукта отличается от стандартизированного продукта?
- 5. Какие формы неценовой конкуренции используются в монополистической конкуренции?
- 6. В чем суть кооперативных и некооперативных стратегий в олигополии?

Тестовые задания

1. Какой тип рыночной структуры характеризуется множеством мелких фирм, однородным продуктом и отсутствием барьеров входа?

- A. Монополия
- B. Олигополия
- C. Совершенная конкуренция
- D. Монополистическая конкуренция

2. Признаком монополистической конкуренции является:

- A. Несколько крупных фирм
- B. Дифференциация продукта
- C. Ценовая дискриминация
- D. Стратегическое поведение

3. Индекс Херфиндаля-Хиршмана рассчитывается как:

- A. Сумма квадратов долей фирм
- B. Сумма долей крупнейших фирм

- С. Средняя арифметическая долей
- Д. Дисперсия долей
- 4. Рынок с тремя фирмами, имеющими доли 50%, 30% и 20%, относится к:
 - А. Высококонцентрированному
 - В. Умеренно концентрированному
 - С. Низкоконцентрированному
 - Д. Совершенной конкуренции
- 5. В модели Курно фирмы конкурируют:
 - А. Ценами
 - В. Объемами выпуска
 - С. Качеством
 - Д. Рекламой

Задачи

1. На олигополистическом рынке две фирмы конкурируют по модели Курно. Обратная функция спроса: $P = 100 - Q$, где $Q = q_1 + q_2$. Издержки фирм: $TC_1 = 10q_1$, $TC_2 = 10q_2$. Найдите равновесные выпуски каждой фирмы.
2. Фирма в условиях монополистической конкуренции сталкивается со спросом: $Q = 100 - 2P$. Её издержки: $TC = 5Q + 20$. Найдите равновесную цену и объем в краткосрочном периоде (при условии максимизации прибыли).
3. В отрасли с совершенной конкуренцией функция предложения отрасли $Q_s = 50 + 2P$, функция спроса $Q_d = 200 - P$. Найдите равновесную цену и объем.
4. На рынке совершенной конкуренции цена товара установилась на уровне 50 руб. Функция общих издержек фирмы: $TC = 100 + 10Q + 2Q^2$. Определите оптимальный объем выпуска и прибыль фирмы.

Тема 1.3 Экономическая природа и иерархия уровней оценки конкурентоспособности

Перечень вопросов для собеседования

1. Как различаются понятия «сравнительное преимущество» и «конкурентное преимущество»?
2. Какие факторы определяют конкурентоспособность товара?
3. Что такое цепочка ценности по Портеру?
4. В чем отличие конкурентоспособности предприятия от конкурентоспособности отрасли?
5. Какие показатели используются для оценки конкурентоспособности региона?
6. Как теория Шумпетера связана с конкурентными преимуществами?
7. Что понимается под ключевыми компетенциями фирмы?

Тестовые задания

1. Что из перечисленного относится к макроуровню конкурентоспособности?
 - А. Конкурентоспособность товара
 - В. Конкурентоспособность предприятия
 - С. Конкурентоспособность региона
 - Д. Конкурентоспособность страны
2. В теории М. Портера конкурентное преимущество фирмы может быть основано на:
 - А. Лидерстве по издержкам или дифференциации
 - В. Монопольном положении
 - С. Государственных субсидиях
 - Д. Удачном расположении
3. Ресурсный подход (Дж. Барни) предполагает, что устойчивое конкурентное преимущество возникает из ресурсов, которые являются:
 - А. Ценными, редкими, труднокопируемыми, организованными
 - В. Материальными и доступными
 - С. Дешевыми и распространенными
 - Д. Только финансовыми

4. Понятие «ключевые компетенции» ввели:
 - A. А. Смит и Д. Рикардо
 - B. М. Портер и Дж. Робинсон
 - C. Г. Хэмел и К. Прахалад
 - D. Й. Шумпетер и Ф. Хайек
5. Иерархия уровней конкурентоспособности (от низшего к высшему):
 - A. Товар → предприятие → отрасль → регион → страна
 - B. Страна → регион → отрасль → предприятие → товар
 - C. Предприятие → товар → отрасль → страна
 - D. Регион → отрасль → предприятие → товар

Задачи

1. Две страны, А и Б, производят два товара: вино и сукно. В стране А 1 час труда даёт 5 л вина или 10 м сукна. В стране Б 1 час даёт 3 л вина или 6 м сукна. Определите сравнительные преимущества стран.
2. Конкурентоспособность товара оценивается по трем параметрам: качество (вес 0,5), цена (0,3), сервис (0,2). Оценки товара А: 8, 6, 9; товара Б: 7, 8, 7. Рассчитайте интегральный показатель.

Раздел 2. Практика оценки и выбора конкурентных стратегий

Тема 2.1 Методический инструментарий оценки конкурентоспособности предприятия

Перечень вопросов для собеседования

1. Что такое интегральный показатель конкурентоспособности?
2. Какие параметры сравниваются при дифференциальном методе?
3. Как строятся матрица BCG и матрица McKinsey?
4. Для каких целей используется SPACE-анализ?
5. Как потребительная стоимость товара связана с конкурентоспособностью?
6. Что такое бенчмаркинг и как он применяется?
7. В чем преимущества и недостатки экспертных методов?

Тестовые задания

1. Какой метод оценки конкурентоспособности основан на сравнении единичных параметров с эталоном?
 - A. Дифференциальный
 - B. Комплексный
 - C. Матричный
 - D. Индексный
2. Матрица BCG использует следующие параметры:
 - A. Доля рынка и темп роста рынка
 - B. Привлекательность отрасли и конкурентная позиция
 - C. Финансовая сила и стабильность среды
 - D. Качество и цена
3. SPACE-анализ оценивает:
 - A. Финансовую силу, конкурентоспособность, привлекательность отрасли, стабильность среды
 - B. Внутренние и внешние факторы
 - C. Сильные и слабые стороны
 - D. Возможности и угрозы
4. Что такое бенчмаркинг?
 - A. Сравнение с лучшими практиками
 - B. Внутренний аудит
 - C. Анализ цепочки ценности
 - D. Прогнозирование продаж
5. Комплексный метод оценки конкурентоспособности предполагает:
 - A. Расчет единого интегрального показателя

- B. Построение матрицы
- C. Экспертное ранжирование
- D. Анализ динамики

Задачи

1. Предприятие имеет следующие параметры продукции: качество (К) – 8, цена (Ц) – 6, сервис (С) – 7. У конкурента: К – 9, Ц – 5, С – 6. Рассчитайте единичные и интегральный показатель конкурентоспособности, используя дифференциальный метод (веса: К=0,5, Ц=0,3, С=0,2).

2. Постройте матрицу BCG для трех товаров компании: товар А – доля рынка 30% (темпа роста рынка 15%), товар Б – 10% (темпа 5%), товар В – 5% (темпа 20%). Определите стратегические рекомендации.

3. Рассчитайте коэффициент конкурентоспособности по методу, основанному на потребительной стоимости, если полезный эффект товара – 100 ед., цена потребления – 80 руб., у конкурента – 120 ед. и 100 руб.

Тема 2.2 Анализ конкурентоспособности на мезо- и макроуровнях: отрасль, регион, национальная экономика

Перечень вопросов для собеседования

1. Что такое модель пяти сил Портера?
2. Какие барьеры входа в отрасль наиболее значимы?
3. Как угроза появления товаров-заменителей влияет на прибыльность отрасли?
4. Назовите основные факторы конкурентоспособности региона.
5. Что такое кластеры и как они связаны с конкурентоспособностью?
6. Какие макроэкономические показатели влияют на конкурентоспособность страны?
7. Какова роль государства в повышении национальной конкурентоспособности?

Тестовые задания

1. Модель пяти сил Портера включает все перечисленное, кроме:
 - A. Угроза появления новых игроков
 - B. Рыночная власть поставщиков
 - C. Государственное регулирование
 - D. Интенсивность соперничества
2. Что такое кластер?
 - A. Группа географически сконцентрированных взаимосвязанных компаний
 - B. Крупная монополия
 - C. Объединение фирм для сговора
 - D. Свободная экономическая зона
3. Глобальный индекс конкурентоспособности ВЭФ оценивает страны по:
 - A. Трем субиндексам: базовые требования, усилители эффективности, инновации
 - B. Только макроэкономическим показателям
 - C. Уровню ВВП
 - D. Индексу счастья
4. Факторы конкурентоспособности региона включают:
 - A. Инфраструктуру, человеческий капитал, инвестиционный климат
 - B. Только природные ресурсы
 - C. Только налоговые льготы
 - D. Уровень преступности
5. Индекс сравнительных преимуществ (RCA) > 1 означает:
 - A. Страна имеет сравнительное преимущество в данной отрасли
 - B. Отрасль неконкурентоспособна
 - C. Доля отрасли в экспорте меньше средней
 - D. Нет преимуществ

Задачи

1. Рассчитайте индекс сравнительных преимуществ (RCA) для отрасли, если экспорт отрасли страны составляет 10 млрд, общий экспорт страны – 100 млрд, мировой экспорт отрасли – 200 млрд, мировой экспорт – 2000 млрд.

По данным рейтинга ВЭФ, страна имеет оценку институтов 4,5, инфраструктуры 4,0, макроэкономической стабильности 5,0, здравоохранения 6,0, высшего образования 5,5, эффективности рынка товаров 4,8. Рассчитайте средний балл (равные веса).

Тема 2.3 Формирование и реализация конкурентных стратегий в рамках стратегического управления предприятием

Перечень вопросов для собеседования

1. В чем суть стратегии лидерства по издержкам?
2. Какие условия необходимы для успешной дифференциации?
3. Чем стратегия фокусирования отличается от широкого охвата?
4. Что такое стратегия «голубого океана»?
5. Как стратегия зависит от стадии жизненного цикла отрасли?
6. Какие факторы влияют на выбор конкурентной стратегии?
7. В чем заключаются риски каждой из базовых стратегий?

Тестовые задания

1. Какая из стратегий по Портеру предполагает обслуживание всего рынка с уникальным товаром?
 - A. Лидерство по издержкам
 - B. Дифференциация
 - C. Фокусирование
 - D. Оптимальных издержек
2. Стратегия «голубого океана» основана на:
 - A. Создании новых рыночных пространств
 - B. Ценовой войне
 - C. Слиянии с конкурентами
 - D. Копировании успешных продуктов
3. Какой из факторов не способствует успеху стратегии лидерства по издержкам?
 - A. Экономия от масштаба
 - B. Высокая доля рынка
 - C. Уникальный дизайн продукта
 - D. Доступ к дешевому сырью
4. Что такое гиперконкуренция?
 - A. Состояние быстро меняющейся конкурентной среды, где преимущества быстро исчезают
 - B. Монополизация рынка
 - C. Государственное регулирование цен
 - D. Отсутствие конкуренции
5. Матрица Ансоффа включает следующие стратегии:
 - A. Проникновение на рынок, развитие рынка, развитие продукта, диверсификация
 - B. Лидерство по издержкам, дифференциация, фокусирование
 - C. Наступление, оборона, отступление
 - D. Интеграция, диверсификация, сокращение

Типовые контрольные работы

Контрольная точка № 1 по темам 1.1-1.3

Вопросы для собеседования

1. Понятие и сущность рыночной конкуренции.
2. Функции конкуренции.
3. Виды конкуренции.

4. Показатели рыночной концентрации.
5. Эволюция взглядов на роль конкуренции в развитии экономики.
6. Поведение фирмы на рынке совершенной конкуренции.
7. Поведение фирмы на рынке чистой монополии.
8. Ценовая дискриминация: понятие и виды.
9. Поведение фирмы на рынке монополистической конкуренции.
10. Поведение фирмы в условиях олигополии.
11. Конкурентное поведение компаний в условиях олигополии.
12. Неконкурентное поведение компаний в условиях олигополии.
13. Экономическая природа конкурентоспособности.
14. Теория абсолютных преимуществ А. Смита.
15. Теория сравнительных преимуществ Д. Рикардо.
16. Теория соотношения факторов производства Хекшера-Олина.
17. Концепция конкурентных преимуществ М. Портера.

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. Ценовая дискриминация – это:
 - а) продажа по разным ценам одной и той же продукции различным покупателям
 - б) различия в оплате труда по национальности или по полу
 - в) эксплуатация трудящихся путем установления высоких цен на потребительские товары
 - г) повышение цены на товар более высокого качества
 - д) все предыдущие ответы неверны
6. Абсолютное преимущество – это способность:
 - а) производить товары или услуги с меньшими альтернативными затратами
 - б) производить товары или услуги с меньшими затратами на единицу времени
 - в) одной страны производить больше другой
 - г) страны производить товар, который не может быть изготовлен в другой стране (например, из-за отсутствия ресурсов)
7. Конкуренция между автомобилестроительным и трубопроводным заводами на рынке труда является конкуренцией:
 - а) межотраслевой
 - б) внутриотраслевой
 - в) ценовой
 - г) неценовой.
8. Индекс концентрации рынка определяется как:
 - а) доля от общей численности занятых, приходящаяся на несколько крупных фирм,

ранжированных в соответствии с их долей рынка

- б) доля от физического объема выпуска продукции, приходящаяся на несколько крупных фирм, ранжированных в соответствии с их долей рынка
- в) объем продаж исследуемой продукции всеми производителями и продавцами на региональном рынке за определенный промежуток времени
- г) отклонение цены от предельных затрат, связанных с неэффективным размещением ресурсов в условиях монополии

9. «Барьером» для проникновения в отрасль новых производителей могут служить:

- а) незначительный капитал
- б) низкие издержки производства
- в) патенты и лицензии
- г) законодательное оформление исключительных прав

10. В отличие от конкурентной фирмы монополист:

- а) выбирает такой объем выпуска, при котором предельный доход равен цене ($MR = P$)
- б) будет снижать цену на свой продукт, если предельный доход больше предельных издержек ($MR > MC$)
- в) максимизирует прибыль, выбирая объем выпуска в соответствии с правилом: предельные издержки равны цене ($MC = P$)
- г) при данной кривой рыночного спроса может выбрать комбинацию цены и объема выпуска, которая дает максимальную прибыль.

Задачи

1. Фирма работает на конкурентном рынке. Функция издержек (затрат) фирмы в краткосрочном периоде имеет вид: $TC = 2Q^2 + Q + 75$. Определить функции: постоянных затрат, переменных затрат, средних переменных затрат, предельных затрат. Определить величину оптимального выпуска в краткосрочном периоде, если цена продукции – 41 доллар за штуку.

2. Известно, что рынок бензина в стране X находится в условиях совершенной конкуренции. Спрос на бензин описывается уравнением: $Q_d = 200 - 20P$. Средние издержки типичной бензоколонки равны: $AC = 5 + (Q - 5)^2$. Какое число бензоколонок должно действовать в отрасли в долгосрочной перспективе?

3. Предельные издержки совершенно-конкурентной фирмы задаются уравнением: $MC = 8Q + 20$. Постоянные издержки: $FC = 120$. Рыночная цена сложилась на уровне 120 ед. Определите прибыль фирмы.

4. Объем выпуска фирмы в условиях совершенной конкуренции 100 т, цена товара 2 тыс. у. е., общие издержки (100 т) составляют 130 тыс. у. е. Определите общую прибыль фирмы.

5. Фирма действует в условиях чистой монополии. Функция рыночного спроса на продукт монополиста описывается формулой $P = 144 - 3Q$, а функция средних издержек монополиста $AC = 25/Q + Q$. При каком объеме Q выпуска прибыль монополиста будет максимальной?

6. Даны производственные возможности двух стран в двух товарах (в тыс. тонн в год):

Россия Англия

Нефть 1680 320

Сталь 2340 200

По этим данным требуется посчитать абсолютное и сравнительное преимущество.

Контрольная точка № 2 по темам 2.1-2.3

Вопросы для собеседования

- 1. Понятие и сущность конкурентности товара.
- 2. Параметры оценки конкурентоспособности товара.
- 3. Методики оценки конкурентности товара.
- 4. Понятие конкурентоспособности предприятия.
- 5. Первичная и вторичная информация.
- 6. SWOT-анализ, PEST-анализ, PIMS-анализ, LOTS-анализ.
- 7. Методы сбора данных для оценки конкурентоспособности предприятия.
- 8. Анализ конкурентоспособности организации по Ж.-Ж. Ламбену.

9. Матрица GE (Дженерал электрик).

10. Сущность и предназначение стратегического управления конкурентоспособностью. Инструменты управления конкурентоспособностью. Экономическая сущность понятия «конкурентная стратегия».

11. Основным типы конкурентных стратегий: стратегии роста, стабильности и сокращения.

12. Конкурентные стратегии в зависимости от занимаемой фирмой доли на рынке: лидер, претендент на лидерство, последователи, окопавшиеся в рыночных нишах.

Тестовые задания

1. Отрасль – это:

а) часть территории страны, специализирующаяся на производстве определенного вида продукции и технологических процессах

б) часть экономики страны, область производственно-экономической деятельности, в которую входят объекты, обладающие единством выполняемых функций, видов и назначения выпускаемой продукции, применяемых технологических процессов

в) часть экономики страны, область интересов определенного круга потребителей, состоящая из предприятий и организаций, занимающихся выпуском определенного вида продукции с использованием примерно одинаковых технологий и технологических процессов

г) часть экономики региона, области или города, состоящая из группы предприятий, обладающих единством выполняемых функций и технологических процессов для выпуска аналогичных видов продукции, предназначенных для определенного круга потребителей

д) обособленная группа предприятий и организаций, руководители которых считают, что они являются отраслью экономики

2. Совокупность ресурсов организации по выпуску конкурентной продукции – это:

а) потенциал предприятия

б) организационная среда

в) стратегия

г) конкурентоспособность

д) структура управления

3. Внутренняя среда – это совокупность характеристик организации, влияющих на ее положение и перспективы, в том числе:

а) конкуренцию на рынке

б) взаимоотношения с органами местного самоуправления

в) сложившуюся организационную структуру

г) этику и традиции, отношения формального и неформального лидерства, социально-психологический климат в коллективе

4. В SWOT-анализе исследуются следующие факторы:

а) внешние угрозы

б) внешние риски

в) внутренние сильные стороны

г) внешние благоприятные возможности

д) интересы инвесторов и потребителей

е) внутренние слабые стороны

5. Объем рынка – это:

а) фактический объем продаж определенного товара на данном рынке за определенный промежуток времени

б) максимальный объем покупок определенного товара на данном рынке за определенный период времени

в) конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке в данный момент времени

г) числовой показатель, который показывает на сколько процентов меняется объем спроса (предложения) на товар в результате изменения его цены

6. Расчёт ёмкости рынка может проводиться методами:

а) основанными на данных обследования покупателей

б) основанными на данных о нормах потребления / расходования

- в) основанными на оценке степени эластичности товаров или услуг
- г) основанными на данных об объёмах производства

7. Сбор первичных данных о состоянии рыночной среды может осуществляться:

- а) методом экспертных оценок
- б) методом корреляционного и регрессионного анализа
- в) методом наблюдения
- г) методом панельных исследований

8. К факторам, оказывающим косвенное влияние на состояние организации, относят:

- а) изменение потребительских предпочтений
- б) изменение состояния мировой экономики
- в) изменение конъюнктуры рынка
- г) изменение состояния национальной экономики
- д) изменение условий поставки ресурсов

9. Какое из следующих утверждений правильно характеризует понятие «конкурентная стратегия»?

- а) любая стратегия, направленная на развитие бренда
- б) долгосрочный план, определяющий, как компания собирается конкурировать на рынке
- в) стратегия, ориентированная исключительно на снижение издержек
- г) стратегия, направленная на расширение ассортимента товаров

10. Что такое «цепочка создания ценности» в контексте конкурентоспособности?

- 1. специальный маркетинговый инструмент
- 2. подход к формированию цен на продукцию
- 3. совокупность деятельности, создающей ценность для клиента
- 4. процесс управления ценами

Задачи

1. Определите емкость рынка товара А если известно, что в регионе проживает 2777 тыс. чел., число потребителей данного товара составляет 1400 тыс. чел., норма его потребления – 4 шт./чел. в год., объём производства товара региональными предприятиями составляет 1500 тыс. шт., импорт товара – 2500 тыс. шт., экспорт – 700 тыс. шт.

2. Фирма при реализации продукции ориентируется на определенный сегмент рынка. В этом сегменте емкость рынка составляет 50 млн. шт., доля фирмы составляет 12%. Изменений емкости рынка не предвидится, объем продаж фирмы сократится на 1,1 млн. шт. Определите, какую долю рынка будет занимать фирма при вышеуказанных условиях? (полученный ответ округлите до десятых).

3. По данным опроса целевая аудитория фирм «Элар» и «Квортум» составляет 2000 человек. За год компании смогут произвести и реализовать 2000 кг сливочного масла каждая. Стоимость одной упаковки – 150 рублей, вес – 180 г. На каждого человека приходится 2 кг сливочного масла в год. Потенциальная ёмкость рынка составит... млн. руб. (полученный ответ округлите до десятых).

4. На рынке функционирует всего четыре компании. Каждая из них занимает определенную долю рынка: первой компании принадлежит 35% рынка, второй – 25%, третьей – 20%, четвертой – 20%. На основе расчёта индекса Херфиндаля-Хиршмана определите, является ли отрасль высококонцентрированной, умеренно или низкоконцентрированной (впишите слово).

5. На рынке молочной продукции региона действуют 5 фирм. Фирма А реализует продукции на 17081 тыс. руб. год, фирма Б – 10499 тыс. руб., фирма В – 4396 тыс. руб., фирма Г – 2260 тыс. руб., фирма Д – 4196 тыс. руб. Определите индекс CR-3 для регионального рынка молочных продуктов (полученный ответ округлите до десятых).

6. Фирма ООО «Элегант» предполагает увеличить свою долю рынке с 12% до 20%. Ёмкость рынка пушно-меховой продукции в 2023 году составила 74 млн. шт. и в ближайшие 3 года изменяться не будет. Рассчитайте дополнительную прибыль фирмы от изменения её доли рынка, если прибыль на одно изделие составляет 52 коп. Затраты ООО «Элегант» на исследование рынка в 2023 году составили 7800 руб. (полученный ответ округлите до десятых).

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

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

основная

Л1.1 Анучин А. А., Беленов О. Н. Конкурентоспособность стран и регионов [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат. - Москва: КноРус, 2025. - 142 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/955838>

Л1.2 Антонов Г. Д., Иванова О. П., Тумин В. М. Управление конкурентоспособностью организации [Электронный ресурс]:учебник; ВО - Бакалавриат, Специалитет, Аспирантура. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025. - 300 с. – Режим доступа: <https://znanium.ru/catalog/document?id=454782>

Л1.3 Жукова Е. Е., Суворова Т. В., Бурлаков В. В., Абаев А. Л. Клиентоориентированность как ключевая ценность современного конкурентоспособного бизнеса [Электронный ресурс]:моногр.. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025. - 287 с. – Режим доступа: <https://znanium.ru/catalog/document?id=461147>

Л1.4 Бариленко В. И., Бердников В. В., Гавель О. Ю., Керимова Ч. В. Аналитическое обоснование конкурентоспособных бизнес-моделей [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Русайнс, 2026. - 308 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/959313>

дополнительная

Л2.1 Е. В. Скиперская, С. С. Вайцеховская, Н. А. Довготько, Г. В. Токарева ; Ставропольский ГАУ Теоретические и практические основы повышения конкурентоспособности предприятия в условиях цифровизации:учеб. пособие. - Ставрополь, 2023. - 3,21 МБ

Л2.2 Шишкин А. В., Ивашкова Н. И., Тимохина Г. С., Муртузалиева Т. В., Панасенко С. В., Чеглов В. П., Красильникова Е. А., Рамазанов И.А., Завьялов Д.В., Сагинова О.В., Ценина Е.В., Завьялова Н.Б., Киреева Н.С., Белкин Ю.Д., Рыжакова А.В., Седова Н.В., Райкова Е.Ю. Конкурентоспособность в сфере товарного обращения в условиях цифровизации [Электронный ресурс]:моногр. ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Русайнс, 2022. - 213 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/943985>

Л2.3 Парамонова Т. Н., Красюк И. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат. - Москва: КноРус, 2022. - 120 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/943164>

Л2.4 Шарафутдинова Н. С., Палякин Р. Б. Управление конкурентоспособностью организации [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат. - Москва: Русайнс, 2023. - 131 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/945235>

Л2.5 Фасхиев Х. А. Теория и практика оценки и управления конкурентоспособностью организации [Электронный ресурс]:моногр.. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 277 с. – Режим доступа: <https://znanium.ru/catalog/document?id=457508>

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

Л3.1 Даниленко Н. Н., Арбатская Е. А. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг: теория и методика оценки [Электронный ресурс]:моногр. ; ВО - Аспирантура, Бакалавриат. - Москва: Русайнс, 2020. - 159 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/936051>

Л3.2 Гагарина Г. Ю., Безпалов В. В., Волобуев Н. А., Гретченко А. И., Ерохина Е. В., Никитская Е. Ф., Седова Н. В., Сизова Д. А., Угрюмова А. А., Сизова Т. В., Сорокина Н. Ю., Чайникова Л. Н., Гагарина Г. Ю. Конкурентоспособность региона [Электронный ресурс]:учеб.-практ. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: КноРус, 2021. - 246 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/940051>

Л3.3 Тарануха Ю. В. Конкуренция и конкурентоспособность [Электронный ресурс]:моногр. ; ВО - Аспирантура, Бакалавриат. - Москва: Русайнс, 2020. - 334 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/935637>

ЛЗ.4 Ласкова Т. С., Айдаркина Е. Е., Безгласная Я. Г., Шаповалов В. С., Эджибия М. Т. Практика повышения конкурентоспособности региональных предприятий [Электронный ресурс]: моногр. ; ВО - Аспирантура, Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Русайнс, 2020. - 127 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/935227>

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

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1	Бюро экономического анализа (Россия)	https://beafnd.org/
2	Журнал «Вопросы экономики»	http://vopreco.ru
3	Интернет-портал Правительства РФ	http://www.government.ru/-
4	Центральный банк России	http://www.cbr.ru
5	Госкомстат России	https://rosstat.gov.ru/
6	Информационное агентство «Росбизнесконсалтинг» (Россия)	http://www.rbc.ru
7	Научная библиотека elibrary.ru	https://www.elibrary.ru/defaultx.asp

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины «Конкуренция и конкурентоспособность» необходимо обратить внимание на следующие особенности каждой из тем курса.

Раздел 1. Теоретико-методологические основы исследования конкуренции и конкурентоспособности

В теме 1.1 «Конкуренция как экономическая категория: сущность, генезис и методология исследования» необходимо рассмотреть эволюцию научных взглядов на природу конкуренции. Следует проанализировать классические и современные подходы к определению конкуренции как экономической категории. Особое внимание уделить трем основным методологическим подходам: поведенческому (А. Смит, Д. Рикардо), трактующему конкуренцию как соперничество; структурному (Ф. Эджоурт, Дж. Робинсон), акцентирующему внимание на типе рыночной структуры; и функциональному (Й. Шумпетер, Ф. Хайек), рассматривающему конкуренцию как процедуру открытия и драйвер экономической динамики. Важно проследить генезис понятия от «соперничества» до понимания конкуренции как механизма координации знаний в обществе. Студент должен уметь раскрыть основные функции конкуренции в современной экономике: инновационную, регулирующую, аллокационную (распределительную), адаптационную и контролирующую, а также анализировать позитивные и негативные последствия конкурентной борьбы для развития рыночной системы.

В теме 1.2 «Типология моделей конкурентного поведения хозяйствующих субъектов» необходимо изучить многообразие форм конкурентного поведения в зависимости от типа рыночной структуры. Следует рассмотреть классификацию моделей поведения фирм в условиях совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и монополии. Ключевыми критериями для анализа выступают: количество игроков на рынке, тип производимого продукта, высота

входных барьеров и степень ценового контроля. В результате изучения темы студент должен уметь идентифицировать доминирующую модель конкурентного поведения в отрасли на основе качественных и количественных показателей (коэффициенты концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана). Особое внимание следует уделить особенностям неценовой конкуренции, олигополистическому взаимодействию (ценовое лидерство, картельные соглашения) и анализу факторов, определяющих конкурентное поведение российских предприятий в современных условиях.

В теме 1.3 «Экономическая природа и иерархия уровней оценки конкурентоспособности» необходимо раскрыть сущность категории «конкурентоспособность» как многомерного понятия. Следует изучить соотношение понятий «сравнительное преимущество», «конкурентное преимущество» и «конкурентоспособность», где конкурентные преимущества выступают как факторный признак (причина), а конкурентоспособность — как результативный показатель успеха в конкурентной борьбе (следствие). Важно проанализировать эволюцию теорий конкурентных преимуществ: от теории сравнительных преимуществ Д. Рикардо к инновационной теории Й. Шумпетера, концепции отраслевых рынков М. Портера, ресурсному подходу (Э. Пенроуз, Дж. Барни) и концепции ключевых компетенций (Г. Хэмел, К. Прахалад). Ключевым аспектом темы является изучение иерархической структуры конкурентоспособности: конкурентоспособность товара → предприятия → отрасли (региона) → национальной экономики. Студент должен понимать взаимосвязь и противоречия между этими уровнями, а также факторы, формирующие конкурентные преимущества на каждом из них.

Раздел 2. Практика оценки и выбора конкурентных стратегий

В теме 2.1 «Методический инструментарий оценки конкурентоспособности предприятия» необходимо изучить существующие подходы и методы количественной и качественной оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Следует рассмотреть классификацию методов: дифференциальный (оценка по единичным параметрам), комплексный (интегральные показатели), смешанный подходы. Особое внимание уделить матричным методам анализа (матрицы BCG, McKinsey, GE/McKinsey, Ансоффа), а также методам, основанным на теории эффективности (СПАСЕ-анализ) и потребительной стоимости. Важным элементом является изучение методики анализа конкурентоспособности на основе концепции цепочки ценности М. Портера, позволяющей выявить виды деятельности, создающие уникальную потребительскую стоимость. В результате изучения темы студент должен приобрести навыки применения современного аналитического инструментария для диагностики конкурентных позиций предприятия и выявления резервов их повышения.

В теме 2.2 «Анализ конкурентоспособности на мезо- и макроуровнях: отрасль, регион, национальная экономика» необходимо рассмотреть специфику оценки конкурентоспособности на более высоких уровнях хозяйственной иерархии. Следует изучить факторы, определяющие конкурентоспособность отрасли, методы анализа отраслевой структуры и динамики, включая модель пяти сил конкуренции М. Портера. Важно проанализировать концепцию конкурентоспособности региона (мезоуровень) и факторы, ее определяющие: инфраструктура, человеческий капитал, инвестиционный климат, институциональная среда. На макроуровне необходимо рассмотреть подходы к оценке конкурентоспособности национальной экономики, методологии международных рейтингов (ВЭФ, IMD), а также роль государства в формировании национальной конкурентоспособности. Особое внимание уделить анализу современного состояния конкурентной среды и проблемам повышения конкурентоспособности отраслей и регионов Российской Федерации.

В теме 2.3 «Формирование и реализация конкурентных стратегий в рамках стратегического управления предприятием» необходимо изучить процесс разработки конкурентной стратегии как составной части общей стратегии предприятия. Следует рассмотреть классические типологии конкурентных стратегий, прежде всего матрицу базовых стратегий М. Портера (лидерство по издержкам, дифференциация, фокусирование), а также современные подходы к стратегированию в условиях турбулентной внешней среды. Важным аспектом является анализ этапов разработки стратегии: от стратегического анализа внешней и внутренней среды (SWOT, STEP, PEST-анализ, анализ пяти сил) до формирования стратегических альтернатив и выбора конкретного плана действий. Студент должен понять, что успешная реализация стратегии требует не только

правильного выбора направления, но и создания организационных условий, включая формирование соответствующей организационной культуры, системы мотивации и контроля. В результате изучения темы студент должен приобрести навыки разработки конкурентной стратегии с учетом специфики отрасли, имеющихся ресурсов и анализа конкурентных преимуществ предприятия.

Все темы курса «Конкуренция и конкурентоспособность» ориентированы на формирование у студентов целостного представления о природе конкурентных отношений, методологии оценки и управления конкурентоспособностью на различных уровнях. Теоретический материал всех тем сдается в качестве экзамена по итогам изучения дисциплины.

Для эффективного усвоения курса студентам необходимо использовать материалы из списка рекомендованной литературы, включая учебные пособия, научные статьи и практикумы по оценке конкурентоспособности и стратегическому анализу. В ходе учебы студент обязан активно использовать все формы обучения – посещать лекции и практические занятия, получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу, направленную на анализ реальных рыночных ситуаций и разработку стратегических решений по повышению конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.

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

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Kaspersky Endpoint Security 12.11 - Антивирус
2. Microsoft Windows Server STDCORE AllLngLicense/Software AssurancePack Academic OLV 16Licenses LevelE AdditionalProduct CoreLic 1Year - Серверная операционная система

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Endpoint Security 12.11 - Антивирус

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

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

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Э-160	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.

		Э-165	специализированная мебель на 28 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., телевизор SAMSUNG – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, доска поворотная маркерно-магнитная – 1 шт., подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

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

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);
- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;
- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;
- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);
- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

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

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

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

Автор (ы)

_____ доц. , кэн Скиперская Елизавета Викторовна

Рецензенты

_____ доц. , кэн Довготько Наталья Анатольевна

_____ доц. , кэн Байчерова Анжелика Рашидовна

Рабочая программа дисциплины «Конкуренция и конкурентоспособность» рассмотрена на заседании Кафедра экономической теории и региональной экономики протокол № 26 от 31.03.2026 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Заведующий кафедрой _____ Кусакина Ольга Николаевна

Рабочая программа дисциплины «Конкуренция и конкурентоспособность» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 6 от 02.04.2026 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Руководитель ОП _____