

**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.08 Конкурентный анализ

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг

бакалавр

очная

1. Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины "Конкурентный анализ" выступает формирование у студентов бакалавриата компетенций, направленных на овладение знаниями, умениями и навыками области теории конкуренции, механизма регулирования рыночной экономики, методов конкурентного анализа, стратегий конкурентной борьбы, ознакомление с общими принципами формирования систем оценки конкурентоспособности организации

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

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

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
|---|---|---|
| ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования профессиональной деятельности | ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации | знает теоретические основы проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации умеет проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации владеет навыками навыками проведения исследований и анализа маркетинговой среды организации |
| ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования профессиональной деятельности | ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет | знает теоретические основы проведения анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет умеет анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет владеет навыками навыками анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет |

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Конкурентный анализ» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений программы.

Изучение дисциплины осуществляется в семестре(-ах).

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

Маркетинг в агробизнесе

Конкуренция и конкурентоспособность

Введение в профессиональную деятельность

Маркетинговые исследования и рыночная аналитика

Поведение потребителей

Нейромаркетинг

Управление качеством

Теория конкуренции

Освоение дисциплины «Конкурентный анализ» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
 Преддипломная практика
 Международный маркетинг
 Маркетинг в социальных сетях
 Рынки потребительских товаров
 Управление конкурентоспособностью организации

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 «Конкурентный анализ» 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 | | | |
| 6 | 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 |
| 6 | 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. Раздел 1 | | | | | | | | | |
| 1.1. | Сущность конкуренции и конкурентных преимуществ | 6 | 6 | 2 | 4 | | 8 | КТ 1 | Тест | ПК-1.1, ПК-1.2 |
| 1.2. | Виды конкурентных стратегий организации | 6 | 6 | 2 | 4 | | 6 | КТ 1 | Тест | ПК-1.1, ПК-1.2 |
| 1.3. | Понятие конкурентного анализа и его этапы | 6 | 6 | 2 | 4 | | 6 | КТ 1 | Тест | ПК-1.1, ПК-1.2 |
| 1.4. | Методы конкурентного анализа | 6 | 6 | 2 | 4 | | 8 | КТ 2 | Тест | ПК-1.1, ПК-1.2 |
| 1.5. | Анализ отрасли и конкурентной ситуации | 6 | 6 | 2 | 4 | | 8 | КТ 2 | Тест | ПК-1.1, ПК-1.2 |

| | | | | | | | | | | |
|------|--|----|-----|----|----|--|----|------|------|----------------|
| 1.6. | Особенности проведения конкурентного анализа сети Интернет | 6 | 6 | 2 | 4 | | 6 | КТ 2 | Тест | ПК-1.1, ПК-1.2 |
| 1.7. | Модели конкурентного позиционирования | 6 | 10 | 4 | 6 | | 6 | КТ 3 | Тест | ПК-1.1, ПК-1.2 |
| 1.8. | Управление конкурентоспособностью организации | 6 | 8 | 2 | 6 | | 6 | КТ 3 | Тест | 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 |
|---|--|---|
| Сущность конкуренции и конкурентных преимуществ | Понятие и сущность управление конкурентоспособностью, цели и задачи управления конкурентоспособностью. Конкуренция и конкурентоспособность: основные понятия и сущность. Роль конкуренции в рыночной экономике. Определение конкуренции. Подходы к пониманию конкуренции. | 2/- |
| Виды конкурентных стратегий организации | Базовые стратегии конкуренции. Пять базовых стратегий конкуренции. Выбор базовых стратегий. Матрица конкурентных преимуществ М. Портера. Стратегии низких издержек. Конкурентное преимущество по издержкам. Стратегии дифференциации. Стратегия оптимальных издержек. Сфокусированные (нишевые) стратегии. Применение сфокусированных стратегий. Стратегии быстрого реагирования на изменения во внешней среде и стратегии инноваций. Чистые конкурентные стратегии. Оборонительные и наступательные стратегии | 2/- |
| Понятие конкурентного анализа и его этапы | Сущность и основные принципы проведения конкурентного анализа предприятия. Разработка концепции проведения маркетингового исследования в области конкурентного анализа. Формирование списка конкурентов. Выбор источников и сбор сведений о конкурентах. Анализ информации о конкурентах. Формирование отчета | 2/- |
| Методы конкурентного анализа | SPACE исследование. SWOT-анализ. PEST-анализ. Метод ФАС. Исследование конкурентов, основанное на теории Майкла Портера | 2/- |
| Анализ отрасли и конкурентной ситуации | Оценка общей ситуации и конкурентных условий отрасли. Основные экономические | 2/2 |

| | | |
|--|--|-----|
| | характеристики отрасли. Формы и интенсивность конкуренции. Причины изменений в структуре конкуренции и внешней среде. | |
| Особенности проведения конкурентного анализа сети Интернет | Конкурентный анализ в интернет-маркетинге. Анализ сайтов конкурентов. Анализ семантического ядра конкурентов. Анализ контекстной рекламы конкурентов (на поиске). Анализ социальных сетей конкурентов. Анализ информационного поля. | 2/- |
| Модели конкурентного позиционирования | Значение конкурентного позиционирования в анализе конкуренции. Процедура конкурентного позиционирования. Модель «Рядом с конкурентом». Модель «В стороне от конкурента». Построение карты позиционирования продукта. Построение карты восприятия. | 4/- |
| Управление конкурентоспособностью организации | Система и механизм управления конкурентоспособностью организации. Принципы управления конкурентоспособностью. Организационная структура системы управления конкурентоспособностью. Концепция повышения уровня конкурентоспособности. Японская концепция управления конкурентоспособностью. | 2/- |
| Итого | | 18 |

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

| Наименование раздела дисциплины | Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка) | Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка | |
|---|--|---|-------|
| | | вид | часы |
| Сущность конкуренции и конкурентных преимуществ | Классификация конкурентных преимуществ организаций различных форм собственности и отраслевой принадлежности (решение ситуационных задач (рабо-та в малых группах)) | Пр | 4/-/4 |
| Виды конкурентных стратегий организации | Сравнительный анализ конкурентных стратегий | Пр | 4/2/4 |
| Понятие конкурентного анализа и его этапы | Разработка детализированного плана проведения конкурентного анализа для действующей организации (работа с цифровым планировщиком в малых группах) | Пр | 4/2/4 |
| Методы конкурентного анализа | Апробация методов конкурентного анализа на практических примерах: SPACE исследование. SWOT-анализ. PEST-анализ. Метод ФАС (решение кейсов на примерах) | Пр | 4/2/4 |

| | | | |
|--|--|----|-------|
| | отечественных предприятий) | | |
| Анализ отрасли и конкурентной ситуации | Проведение отраслевого анализа для действующего предприятия (решение ситуационных задач) | Пр | 4/2/4 |
| Особенности проведения конкурентного анализа сети Интернет | Анализ конкурентов для действующего предприятия в сети Интернет (анализ сайтов, страниц в социальных сетях, информационного поля) (работа с цифровыми сервисами и инструментами) | Пр | 4/2/4 |
| Модели конкурентного позиционирования | Построение карты позиционирования продукта и карты восприятия (решение ситуационных задач (работа в малых группах)) | Пр | 6/-/6 |
| Управление конкурентоспособностью организации | Формирование конкурентной стратегии действующего предприятия (решение ситуационных задач) | Пр | 6/-/6 |
| Итого | | | |

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

| Темы и/или виды самостоятельной работы | Часы |
|---|------|
| Сущность конкуренции и конкурентных преимуществ | 8 |
| Виды конкурентных стратегий организации | 6 |
| Понятие конкурентного анализа и его этапы | 6 |
| Методы конкурентного анализа | 8 |
| Анализ отрасли и конкурентной ситуации | 8 |

| | |
|--|---|
| Особенности проведения конкурентного анализа сети Интернет | 6 |
| Модели конкурентного позиционирования | 6 |
| Управление конкурентоспособностью организации | 6 |

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

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

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

| № п/п | Темы для самостоятельного изучения | Рекомендуемые источники информации (№ источника) | | |
|-------|--|--|-----------------------------|--------------------------|
| | | основная (из п.8 РПД) | дополнительная (из п.8 РПД) | метод. лит. (из п.8 РПД) |
| 1 | Сущность конкуренции и конкурентных преимуществ. Сущность конкуренции и конкурентных преимуществ | Л1.5 | Л2.2, Л2.4 | Л3.2, Л3.6 |
| 2 | Виды конкурентных стратегий организации. Виды конкурентных стратегий организации | Л1.6 | Л2.2, Л2.4 | Л3.3 |
| 3 | Понятие конкурентного анализа и его этапы. Понятие конкурентного анализа и его этапы | Л1.2, Л1.5 | Л2.1, Л2.6 | Л3.1 |
| 4 | Методы конкурентного анализа. Методы конкурентного анализа | Л1.1, Л1.5 | Л2.4, Л2.7 | Л3.2 |
| 5 | Анализ отрасли и конкурентной ситуации. Анализ отрасли и конкурентной ситуации | Л1.7 | Л2.2 | Л3.2 |
| 6 | Особенности проведения конкурентного анализа сети Интернет. Особенности проведения конкурентного анализа сети Интернет | Л1.5, Л1.7 | Л2.5 | Л3.4 |
| 7 | Модели конкурентного позиционирования. Модели конкурентного позиционирования | Л1.5 | Л2.5 | Л3.4 |
| 8 | Управление конкурентоспособностью организации. Управление конкурентоспособностью организации | Л1.1, Л1.5 | Л2.5 | Л3.5 |

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Конкурентный анализ»

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

| Индикатор компетенции (код и содержание) | Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | |
|--|--|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| ПК-1.1:Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации | Введение в профессиональную деятельность | x | | | | | | | |
| | Конкуренция и конкурентоспособность | | x | | | | | | |
| | Маркетинг в агробизнесе | | | | | x | | | |
| | Маркетинговые исследования и рыночная аналитика | | | | x | | | | |
| | Международный маркетинг | | | | | | | x | |
| | Нейромаркетинг | | | | | x | | | |
| | Поведение потребителей | | | | x | | | | |
| | Преддипломная практика | | | | | | | | x |
| | Производственная практика | | | | x | | x | | |
| | Рынки потребительских товаров | | | | | | | x | |
| | Теория конкуренции | | x | | | | | | |
| | Экономический анализ маркетинговых решений | | | | | | x | | |
| ПК-1.2:Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет | Интернет-маркетинг | | | | | | x | | |
| | Конкуренция и конкурентоспособность | | x | | | | | | |
| | Маркетинг в социальных сетях | | | | | | | x | |
| | Маркетинговые исследования и рыночная аналитика | | | | x | | | | |
| | Преддипломная практика | | | | | | | | x |
| | Производственная практика | | | | x | | x | | |
| | Теория конкуренции | | x | | | | | | |
| | Управление качеством | | | | x | | | | |
| Управление конкурентоспособностью организации | | | | | | | | x | |

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

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Конкурентный анализ» 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 «Конкурентный анализ» 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

теоретиче-ских 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 |
|---|---|--------------------------------|---|
| 6 семестр | | | |
| КТ 1 | Тест | | 10 |
| КТ 2 | Тест | | 10 |
| КТ 3 | Тест | | 10 |
| 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 |
| 6 семестр | | | |
| КТ 1 | Тест | 10 | 10 баллов - выставляется студенту, если в тесте 85% и более правильных ответов; 5 баллов - выставляется студенту, если в тесте от 70% до 84% правильных ответов 3 балла - выставляется студенту, если в тесте от 55% до 69% правильных ответов 0 баллов - при менее 55% правильных ответов тест считается не сданным. |
| КТ 2 | Тест | 10 | 10 баллов - выставляется студенту, если в тесте 85% и более правильных ответов; 5 баллов - выставляется студенту, если в тесте от 70% до 84% правильных ответов 3 балла - выставляется студенту, если в тесте от 55% до 69% правильных ответов 0 баллов - при менее 55% правильных ответов тест считается не сданным. |

| | | | |
|------|------|----|---|
| КТ 3 | Тест | 10 | 10 баллов - выставляется студенту, если в тесте 85% и более правильных ответов; 5 баллов - выставляется студенту, если в тесте от 70% до 84% правильных ответов 3 балла - выставляется студенту, если в тесте от 55% до 69% правильных ответов 0 баллов - при менее 55% правильных ответов тест считается не сданным. |
|------|------|----|---|

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации

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

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

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

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

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

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

Теоретический вопрос

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

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

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

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами

дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

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

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

Задания на проверку умений и навыков

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

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

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

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

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

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

Вопросы к зачету

1. Понятие и сущность конкуренции. Подходы к пониманию конкуренции.
2. Формы конкуренции и конкурентной борьбы.
3. Понятие и сущность конкурентоспособности.
4. Конкурентоспособность различных объектов.
5. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности компаний. Конкурентная политика России.
6. Факторы конкурентоспособности организации. Классификация факторов конкурентоспособности.
7. Микроэкономические и макроэкономические факторы конкурентоспособности.
8. Производственные факторы. Рыночные факторы. Сбытовые факторы. Сервисные факторы.
9. Конкурентная среда предприятия. Пять сил конкуренции по М. Портеру.
10. Цепочка создания ценности. Основные и вспомогательные виды деятельности.
11. Анализ цепочки ценности для повышения конкурентоспособности организации.
12. Анализ отрасли и конкурентной ситуации.
13. Основные экономические характеристики отрасли.
14. Выявление компетенций и возможностей. Определение сильных сторон и ресурсного потенциала организации.
15. Выявление угроз компании. Определение слабых сторон компании и недостаточности ресурсов.
16. Понятие и сущность конкурентного преимущества. Классификация конкурентных преимуществ.
17. Внутренние и внешние факторы конкурентного преимущества.
18. Конкурентные стратегии организации. Анализ реакции конкурента на действие фирмы.
19. Базовые стратегии конкурентного преимущества. Выбор базовых стратегий.
20. Стратегии низких издержек. Конкурентное преимущество по издержкам.
21. Стратегии дифференциации.

22. Стратегия оптимальных издержек.
23. Сфокусированные (нишевые) стратегии. Применение сфокусированных стратегий.
24. Стратегии быстрого реагирования на изменения во внешней среде и стратегии инноваций.
25. Чистые конкурентные стратегии.
26. Наступательные и оборонительные конкурентные стратегии.
27. Инструменты анализа внешней среды и разработки конкурентной стратегии.
28. Стратегии роста организации.
29. Стратегии сокращения. Стратегии роста и сокращения как взаимосвязанные стратегии организации.
30. Выбор стратегии в зависимости от позиции компании на рынке, ее сильных и слабых сторон.
31. Стратегии преследователей лидеров и компаний, избегающих конкуренции.
32. Выбор стратегии в зависимости от ситуации на рынке.
33. Методика измерения конкурентоспособности организации.
34. Показатели конкурентоспособности и их классификация.
35. Методы оценки конкурентоспособности организации.
36. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг.
37. Оценка конкурентоспособности отрасли, региона и страны.
38. Система обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг.
39. Три аспекта системы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг.
40. Принципы обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг.
41. Конкурентоспособность как показатель соответствия организации среде, в которой она действует.
42. Факторы, обеспечивающие конкурентоспособность организации на рынке (конкурентные товар, цена, сбыт, коммуникации, имидж компании).
43. Выбор маркетинговых стратегий, способствующих наибольшей реализации конкурентных преимуществ фирмы.
44. Понятие и сущность управление конкурентоспособностью, цели и задачи управления конкурентоспособностью.
45. Функции и принципы, реализуемые в системе управления конкурентоспособностью предприятия
46. Механизм управления конкурентоспособности предприятия.
47. Разработка программы управления конкурентоспособностью организации.
48. Действия организаций по реализации возможностей внешней среды.
49. Действия организаций по противодействию угроз внешней среды.
50. Особенности конкурентной среды России.

Темы докладов

1. Взаимосвязь между рыночной структурой и уровнем продуктовой дифференциации.
2. Конкуренция, монополия и уровень качества продуктов.
3. Роль рекламы в формировании спроса на рынках с продуктовой дифференциацией.
4. «Сигналы качества» на товарных рынках: теория и практика.
5. Расточительная реклама и общественное благосостояние.
6. Роль минимальной и максимальной пространственной дифференциации на российских и зарубежных продуктовых рынках.
7. Роль барьеров входа в пространственной конкуренции олигополистов
8. Ценовая дискриминация и продуктовая дифференциация: сравнительный анализ поведения фирмы в условиях монополии и олигополии.
9. Пространственная дифференциация в динамичном контексте: анализ краткосрочных и долгосрочных последствий.
10. Динамическое ценообразование при горизонтальной продуктовой дифференциации.
11. Динамическое ценообразование при вертикальной продуктовой дифференциации.
12. Нестратегические и стратегические барьеры входа на рынок и выхода с рынка.
13. Динамика рынка на примере конкретной отрасли.
14. Анализ показателей входа фирм на рынок и показателей выхода фирм с рынка для

конкретной отрасли экономики.

15. Сравнительный анализ величины барьеров входа в различных странах.

Какая из перечисленных функций НЕ относится к функциям конкуренции, описанным в лекции?

- 1) Функция регулирования.
- 2) Функция мотивации.
- 3) Функция контроля.
- 4) Функция инноваций.

Ответ: 4

Конкуренция между предприятиями одной отрасли называется:

- 1) Межотраслевой.
- 2) Предметной.
- 3) Внутриотраслевой.
- 4) Функциональной.

Ответ: 3

Какие ресурсы предприятия относятся к неосязаемым?

- 1) Основные фонды, оборотные средства.
- 2) Патенты, лицензии.
- 3) Сильные бренды, имидж, знания персонала, корпоративная культура.
- 4) Материальные запасы, готовая продукция.

Ответ: 3

Какие три из перечисленных функций присущи конкуренции?

- 1) Функция регулирования.
- 2) Функция инноваций.
- 3) Функция мотивации.
- 4) Функция стандартизации.
- 5) Функция контроля.
- 6) Функция монополизации.

Ответ: 1, 3, 5

Какие три источника создания барьеров могут создаваться для потенциальных конкурентов?

- 1) Снижение цен ниже себестоимости.
- 2) Развитие собственной товарной или маркетинговой сети.
- 3) Увеличение расходов на рекламу.
- 4) Установление контроля над поставщиками.
- 5) Укрепление связей с дилерами и дистрибьюторами.
- 6) Распространение ложных сведений о конкурентах.

Ответ: 2, 3, 5

Сопоставьте метод анализа с его содержанием:

Дистракторы:

- 1) Карта стратегических групп
- 2) SWOT-анализ
- 3) PEST-анализ

Дистракторы соответствия:

- 1) Выявление сильных и слабых сторон компании.
- 2) Анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов.
- 3) Выделение групп предприятий с похожими стратегиями.

Соответствия: 1-3, 2-1, 3-2

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 Новичков В. И., Виноградова И. М., Кошель И. С. Управленческая экономика. Теория организации. Организационное поведение. Маркетинг [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат. - Москва: Дашков и К, 2017. - 132 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/94047>

Л1.2 Грушенко В. И. Эволюция восприятия маркетинга. Проектирование маркетинговой стратегии [Электронный ресурс]:учеб.-практ. пособие; ВО - Бакалавриат. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 360 с. – Режим доступа: <http://new.znaniium.com/go.php?id=958467>

Л1.3 Скляр Е. Н., Авдеенко Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]:практикум ; учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 214 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/go.php?id=1091794>

Л1.4 Акулич М. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник ; ВО - Бакалавриат. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 352 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/document?id=358148>

Л1.5 Наумов В. Н. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]:учебник; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 356 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/document?id=389723>

Л1.6 Казакова Н. А. Маркетинговый анализ [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 240 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/document?id=399879>

Л1.7 Тюрин Д. В. Маркетинговый аудит [Электронный ресурс]:учебник; ВО - Бакалавриат. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 285 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/document?id=399936>

дополнительная

Л2.1 Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]:сборник статей. - Москва: ООО "Альпина Паблицер", 2016. - 224 с. – Режим доступа: <http://new.znaniium.com/go.php?id=924980>

Л2.2 Егоров Ю. Н. Управление маркетингом [Электронный ресурс]:учебник; ВО - Бакалавриат. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 238 с. – Режим доступа: <http://new.znaniium.com/go.php?id=1073056>

Л2.3 Шевченко Д. А. Основы современного маркетинга [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021. - 613 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/document?id=371140>

Л2.4 Нуралиев С. У. Маркетинг [Электронный ресурс]:учебник; ВО - Бакалавриат. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 305 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/document?id=378362>

Л2.5 Джикович Ю. В., Арефьева А. А., Вольнов Е. Е., Никифорова Г. С. Практический маркетинг [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 140 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/206465>

Л2.6 Жильцова О. Н. Стратегический маркетинг для магистров [Электронный ресурс]:учебник; ВО - Магистратура. - Москва: Вузовский учебник, 2021. - 354 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/document?id=398272>

Л2.7 Латышова Л. С. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Дашков и К, 2021. - 142 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/229466>

Л2.8 Рыбасова Ю. В., Чередниченко О. А. Маркетинг:учеб. пособие для студентов направления 38.03.06 – Торговое дело. - Ставрополь, 2020. - 1,31 МБ

Л2.9 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>

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

ЛЗ.1 Кузьмина О. Г., Посухова О. Ю. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат. - Москва: Издательский Центр РИО□, 2018. - 187 с. – Режим доступа: <http://new.znaniium.com/go.php?id=953324>

ЛЗ.2 Басовский Л. Е. Современный стратегический анализ [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Магистратура, Аспирантура. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 256 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/document?id=398635>

ЛЗ.3 Стеклова Т. Н. Методические указания для самостоятельной работы магистров по дисциплине «Маркетинговый анализ»:очной и заочной форм обучения по направлению 38.04.01 Экономика. - Ставрополь: Секвойя, 2016. - 621 КБ

ЛЗ.4 сост.: С. В. Аливанова, О. А. Чередниченко, В. В. Куренная, Ю. В. Рыбасова ; Ставропольский ГАУ Методические указания для организации самостоятельной работы студентов по дисциплине "Маркетинг":направления: 38.03.05 – Бизнес-информатика профиль «Архитектура предприятия» ; 36.03.02 – Зоотехния профиль «Кормление животных и технология кормов» ; 35.03.07 – Технология пр-ва и перераб. с.-х. продукции ; 38.03.01 - Экономика (профили: «Финансы и кредит», «Мировая экономика», «Экономика предприятий и организаций») ; направление 38.03.02 - Менеджмент профиль «Управление человеческими ресурсами». - Ставрополь: ЦНТИ, 2019. - 393 КБ

ЛЗ.5 Латышевой Л. С. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Дашков и К, 2022. - 142 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/277343>

ЛЗ.6 Дуненкова Е. Н., Онищенко С. И. Стратегический анализ и управление развитием организации [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Магистратура. - Москва: Русайнс, 2024. - 191 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/953542>

ЛЗ.7 Быков В. А., Комаров Е. И. Управление конкурентоспособностью [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат, Специалитет. - Москва: Издательский Центр РИО□, 2018. - 242 с. – Режим доступа: <http://new.znaniium.com/go.php?id=942745>

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

| № | Наименование ресурса сети «Интернет» | Электронный адрес ресурса |
|---|---|---|
| 1 | Федеральная служба государственной статистики.Официальный сайт//Режим доступа:// www.gks.ru | www.gks.ru |
| 2 | Справочно-поисковая система СПС «Гарант» //Режим доступ:// http://www.garant.ru/ | http://www.garant.ru/ |
| 3 | Административно-Управленческий Портал - бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии//Режим доступа: // http://www.aup.ru | http://www.aup.ru |
| 4 | Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент"//Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/ | http://ecsocman.hse.ru/ |
| 5 | Некоммерческое Партнерство «Гильдия Маркетологов»//Режим доступа: https://www.marketologi.ru/o-gildii/ | https://www.marketologi.ru/o-gildii/ |
| 6 | Sostav – электронное СМИ рекламе, маркетинге и PR в России//Режим доступа: https://www.sostav.ru/lenta | https://www.sostav.ru/lenta |

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Перед началом изучения курса рекомендуется ознакомиться с его целями и задачами.

Значительная часть учебного времени отведена на приобретение практических навыков. Вы научитесь правильно анализировать экономические ситуации, возникающие в организациях, и разрабатывать эффективные пути решения проблем.

Лекция — это основная форма организации учебного процесса. Преподаватель систематически и последовательно излагает учебный материал, обычно теоретического характера. После прослушивания лекции студенты составляют конспект. Рекомендуется оставлять свободное место и делать поля, чтобы можно было дополнить или скорректировать записи при изучении материала по книге. Такая работа с конспектом помогает глубоко понять и освоить предмет.

Практические занятия могут проводиться в виде семинаров (обсуждение контрольных вопросов, заслушивание докладов) и практических работ (решение ситуационных задач, рассмотрение примеров из практики предприятий).

Дисциплина «Конкурентный анализ» имеет прикладной характер, поэтому особое внимание уделяется тем теоретическим положениям и практическим навыкам, которые можно использовать в будущей работе.

Студенты готовят доклады по темам, предложенным в планах семинарских занятий, в виде презентаций PowerPoint (не более 15 слайдов) продолжительностью не более 7-10 минут.

Изучение дисциплины также включает самостоятельную работу студентов с учебной, методической, периодической и нормативно-справочной литературой.

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 Total Security - Антивирус

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Total Security - 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 Э-165 | <p>специализированная мебель на 195 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Panasonic PT-EH 610-1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 3 шт., телевизор Pioneer – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.</p> <p>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.</p> |
| | | 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 | | |
| | | Э-167 | <p>Специализированная мебель на 77 посадочных мест, стол президиума – 1 шт., трибуна для преподавателя – 1 шт., персональный компьютер – 1 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., интерактивная доска Starboard Hitachi FX-77 – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, тематические плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.</p> |

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 «Конкурентный анализ» 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 Рыбасова Ю. В.

Рецензенты

_____ доц. , кэн Запорожец Д. В.

_____ доц. , кэн Байчерова А. Р.

Рабочая программа дисциплины «Конкурентный анализ» рассмотрена на заседании Кафедра агроэкономики и маркетинга протокол № 18 от 25.03.2025 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 «Конкурентный анализ» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 8 от 26.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Руководитель ОП _____