

**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.01.02 Теория конкуренции

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг

бакалавр

очная

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Теория конкуренции» является формирование системы знаний о факторах и условиях развития конкурентной рыночной среды, сущности конкуренции как системообразующего элемента рыночной экономики, природе конкуренции, ее движущих силах, видах, формах в бизнес-среде, развития навыков конкурентного анализа рынков, определения конкурентоспособности фирмы, товара, отрасли, региона, страны для решения задач 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 проводить маркетинговые исследования профессиональной деятельности в	ПК-1.1 Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	знает основные направления и ключевые концепции теории конкуренции; особенности анализа маркетинговой среды организации; умеет проводить исследование и анализировать маркетинговую среду организации; осуществлять анализ конкурентной среды организации; оценивать конкурентоспособность различных объектов (товаров, услуг, организаций); владеет навыками навыками проведения исследования и анализа маркетинговой среды организации; анализа конкурентной среды организации; оценки конкурентоспособности различных объектов (товаров, услуг, организаций).
ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования профессиональной деятельности в	ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет	знает новые закономерности развития конкурентной среды организации; особенности проведения анализа деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет; основных инструментов и методов конкурентной борьбы; умеет объяснять особенности функционирования экономических субъектов в условиях конкурентной среды; анализировать деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет; раскрывать сущность механизма конкуренции на товарных рынках; владеет навыками навыками системного подхода к анализу экономических проблем в условиях конкурентной борьбы; применения методов измерения и оценки конкурентоспособности экономических субъектов; анализа

		деятельности конкурентов, в т.ч. в сети интернет.
--	--	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Теория конкуренции» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений программы.

Изучение дисциплины осуществляется в 2семестре(-ах).

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

Введение в профессиональную деятельность

Освоение дисциплины «Теория конкуренции» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Производственная практика

Преддипломная практика

Международный маркетинг

Маркетинг в социальных сетях

Рынки потребительских товаров

Управление конкурентоспособностью организации

Интернет-маркетинг

Поведение потребителей

Экономический анализ маркетинговых решений

Конкурентный анализ

Управление качеством

Маркетинг в агробизнесе

Маркетинговые исследования и рыночная аналитика

Нейромаркетинг

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 «Теория конкуренции» 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			

9.1.	Особенности конкурентных отношений в России	2	4	2	2		11	КТ 2	Собеседование, 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 и роль конкуренции в рыночной экономике	Сущность и роль конкуренции в рыночной экономике	2/2
Конкурентоспособность и методы ее достижения	Конкурентоспособность и методы ее достижения	2/-
Конкурентные рыночные структуры	Конкурентные рыночные структуры	2/-
Конкуренция и научно-технический прогресс	Конкуренция и научно-технический прогресс	2/-
Конкурентные стратегии организаций	Конкурентные стратегии организаций	2/2
Конкуренция и маркетинговые программы фирм	Конкуренция и маркетинговые программы фирм	2/-
Государственная политика по содействию развития товарных рынков и конкуренции	Государственная политика по содействию развития товарных рынков и конкуренции	2/-
Международная конкуренция	Международная конкуренция	2/-
Особенности конкурентных отношений в России	Особенности конкурентных отношений в России	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 и роль конкуренции в рыночной экономике	Сущность и роль конкуренции в рыночной экономике	Пр	4/2/4
Конкурентоспособность и методы ее	Конкурентоспособность и методы ее достижения	Пр	2/-/2

достижения			
Конкурентные рыночные структуры	Контрольная точка № 1	Пр	2/-/2
Конкурентные рыночные структуры	Конкурентные рыночные структуры	Пр	8/2/8
Конкуренция и научно-технический прогресс	Конкуренция и научно-технический прогресс	Пр	4/-/4
Конкурентные стратегии организаций	Конкурентные стратегии организаций	Пр	4/2/4
Конкуренция и маркетинговые программы фирм	Контрольная точка № 2	Пр	2/-/2
Государственная политика по содействию развитию товарных рынков и конкуренции	Государственная политика по содействию развития товарных рынков и конкуренции	Пр	4/2/4
Международная конкуренция	Международная конкуренция	Пр	4/-/4
Особенности конкурентных отношений в России	Контрольная точка № 2	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
Сущность и роль конкуренции в рыночной экономике	6
Конкурентоспособность и методы ее достижения	2
Конкурентные рыночные структуры	6

Контрольная точка № 1	5
Конкуренция и научно-технический прогресс	4
Конкурентные стратегии организаций	8
Конкуренция и маркетинговые программы фирм	2
Контрольная точка № 2	2
Государственная политика по содействию развития товарных рынков и конкуренции	2
Международная конкуренция	6
Особенности конкурентных отношений в России	3
Контрольная точка № 2	8

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Теория конкуренции» 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 «Теория конкуренции».
2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Теория конкуренции».
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	Сущность и роль конкуренции в рыночной экономике. Сущность и роль конкуренции в рыночной экономике			ЛЗ.1
2	Конкурентоспособность и методы ее достижения. Конкурентоспособность и методы ее достижения			
3	Конкурентные рыночные структуры. Конкурентные рыночные структуры			
4	Конкурентные рыночные структуры. Контрольная точка № 1			
5	Конкуренция и научно-технический прогресс. Конкуренция и научно-технический прогресс			
6	Конкурентные стратегии организаций. Конкурентные стратегии организаций			
7	Конкуренция и маркетинговые программы фирм. Конкуренция и маркетинговые программы фирм			
8	Конкуренция и маркетинговые программы фирм. Контрольная точка № 2			
9	Государственная политика по содействию развития товарных рынков и конкуренции . Государственная политика по содействию развития товарных рынков и конкуренции			
10	Международная конкуренция . Международная конкуренция			
11	Особенности конкурентных отношений в России. Особенности конкурентных отношений в России			

12	Особенности конкурентных отношений в России. Контрольная точка № 2			
----	--	--	--	--

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

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							
	Конкурентный анализ						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	
Экономический анализ маркетинговых решений						x			
ПК-1.2:Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет	Интернет-маркетинг						x		
	Конкурентный анализ						x		
	Конкуренция и конкурентоспособность		x						
	Маркетинг в социальных сетях							x	
	Маркетинговые исследования и рыночная аналитика				x				
	Преддипломная практика								x
	Производственная практика				x		x		
	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 «Теория конкуренции» 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 «Теория конкуренции» 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		4
КТ 1	Задачи		7
КТ 2	Собеседование		4
КТ 2	Тест		4
КТ 2	Задачи		7
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	<p>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.</p> <p>3 балла - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний</p>

		<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу</p>
--	--	---

КТ 1	Тест	4	4 балла - выставляется студенту, если в тесте 100% правильных ответов; 3 балла - выставляется студенту, если в тесте 90% правильных ответов; 2 балла - при 80% правильных ответов; 1 балл - 60% правильных ответов; 0,5 балла - 50% правильных ответов; 0 баллов - менее 40% правильных ответов
------	------	---	--

КТ 1	Задачи	7	<p>7 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.</p> <p>6 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.</p> <p>5 баллов Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ</p> <p>3 балла Задача решена с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.</p> <p>2 балла Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.</p> <p>1 балл Задача решена неправильно</p>
------	--------	---	---

			и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов 0 баллов Задача не решена.
--	--	--	--

КТ 2	Собеседование	4	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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,</p>
------	---------------	---	---

			<p>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.</p> <p>0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу</p>
КТ 2	Тест	4	<p>4 балла - выставляется студенту, если в тесте 100% правильных ответов;</p> <p>3 балла - выставляется студенту, если в тесте 90% правильных ответов</p> <p>2 балла - при 80% правильных ответов;</p> <p>1 балл - 60% правильных ответов;</p> <p>0,5 балла - 50% правильных ответов;</p> <p>0 баллов - менее 40% правильных ответов</p>

КТ 2	Задачи	7	<p>7 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.</p> <p>6 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.</p> <p>5 баллов Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ</p> <p>3 балла Задача решена с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.</p> <p>2 балла Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.</p> <p>1 балл Задача решена неправильно</p>
------	--------	---	---

			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 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 «Теория конкуренции» 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 «Теория конкуренции»

Примерные задания на оценку знаний, умений и навыков, полученных студентом по итогам освоения дисциплины:

Знания

Задание № 1

Отрасль – это:

Ответ:

1. часть территории страны, специализирующаяся на производстве определенного вида продукции и технологических процессах

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

3. 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

4. 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

5. обособленная группа предприятий и организаций, руководители которых считают, что они являются отраслью экономики

Задание № 2

Ценовая дискриминация – это:

Ответ:

1. продажа по разным ценам одной и той же продукции различным покупателям

2. различия в оплате труда по национальности или по полу

3. эксплуатация трудящихся путем установления высоких цен на потребительские товары

4. повышение цены на товар более высокого качества

5. все предыдущие ответы неверны

Задание № 3

Совокупность ресурсов организации по выпуску конкурентной продукции – это:

Ответ:

1. потенциал предприятия

2. организационная среда
3. стратегия
4. конкурентоспособность
5. структура управления

Задание № 4

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

Ответ:

1. конкуренцию на рынке
2. взаимоотношения с органами местного самоуправления
3. сложившуюся организационную структуру
4. этику и традиции, отношения формального и неформального лидерства, социально-психологический климат в коллективе

Задание № 5

В SWOT-анализе исследуются следующие факторы:

Ответ:

1. внешние угрозы
2. внешние риски
3. внутренние сильные стороны
4. внешние благоприятные возможности
5. интересы инвесторов и потребителей
6. внутренние слабые стороны

Умения

Задание № 1

Расставьте типы конкуренции в порядке сокращения количества участников рынка.

Ответ:

1. совершенная конкуренция
2. олигополия
3. монополистическая конкуренция
4. монополия

Задание № 2

Последовательно расставьте этапы разработки конкурентной стратегии фирмы.

Ответ:

1. углубленный анализ деятельности основных конкурентов
2. постоянный мониторинг за деятельностью всех конкурентов
3. анализ условий и интенсивности конкуренции в отрасли
4. формирование конкурентной стратегии фирмы
5. анализ стратегий развития основных конкурентов
6. определение основных и второстепенных конкурентов
7. выявление фактически существующих конкурентов и предварительный анализ их деятельности
8. оценка возможностей и угроз со стороны основных конкурентов

Задание № 3

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?

Задание № 4

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?

Задание № 5

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?

Навыки

Задание № 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., объем производства товара региональными предприятиями составляет 1500 тыс. шт., импорт товара – 2500 тыс. шт., экспорт – 700 тыс. шт.

Задание № 2

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).

Задание № 3

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).

Задание № 4

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).

Задание № 5

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

1. Понятие и этимология термина «конкуренция» и формы и виды конкуренции.
2. История возникновения, развития конкуренции и значение конкуренции на рынке.
3. Современное состояние конкуренции на различных рынках.
4. Специфика конкуренции в реформируемой экономике.
5. Правовое регулирование в сфере конкуренции, Российский Закон «О защите конкуренции».
6. Антитрестовское законодательство США.
7. Условия существования конкуренции и причины, вызывающие конкуренцию.
8. Закон о конкуренции.
9. Конкурентные силы в отрасли по М. Портеру.
10. Понятие конкурентного преимущества и его источники.
11. Новация как один из источников конкурентного преимущества предприятия.

12. Классификация конкурентных преимуществ и управление конкурентным преимуществом в процессе конкурентной борьбы.
13. Базовые стратегии конкуренции и конкурентных преимуществ.
14. Источники и методы сбора информации о конкурентах, классификация информации о конкурентах.
15. Первичная и вторичная информация, методы сбора первичной информации и источники первичной информации.
16. Особенности вторичной информации о конкурентах, виды ее источников.
17. Классификация методов сбора информации о конкурентах, аналитический открытый метод, метод конкурентной разведки.
18. Понятие бенчмаркинга и особенности его применения при сборе информации о конкурентах.
19. Понятие, цели и методы конкурентного анализа.
20. Выявление существующих конкурентов, предварительных анализ их деятельности и определение приоритетности конкурентов.
21. Углубленный анализ деятельности приоритетных конкурентов и анализ краткосрочных стратегий развития приоритетных конкурентов.
22. Методы обработки и оценки результатов конкурентного анализа.
23. Исследование современных подходов к оценке уровня конкурентоспособности. Исследование конкурентоспособности продукта, методы ее оценки.
24. Различные методы оценки конкурентоспособности для представленных образцов продукции, факторы конкурентоспособности, рейтинг значимости факторов, расчет экспертным путем в баллах и общего показателя конкурентоспособности.
25. Анализ конкурентоспособности маркетинговой политики, конкурентоспособность цен и конкурентоспособность сбыта.
26. Конкурентоспособность (эффективность) продвижения и конкурентоспособность маркетинговой стратегии предприятия.
27. Направления оценки конкурентоспособности предприятия, многоугольник конкурентоспособности.
28. Системы аналитических показателей, характеризующих конкурентов.
29. Управление конкурентными преимуществами предприятия, классификация конкурентных преимуществ.
30. Конкурентные стратегии и их классификация.
31. Стратегии ведения конкурентной борьбы.

Вопросы к зачёту

1. 1. Конкуренция как системообразующий элемент рыночной экономики.
2. Фирма как основной субъект конкуренции. Функции фирмы.
3. Рынок и рыночные ниши.
4. Понятие конкурирующих фирм. Поведенческий, структурный и функциональный подходы к определению конкуренции.
5. Ценность товара для потребителя и методы ее повышения.
6. Факторы формирования потребительской ценности.
7. Модель Кано.
8. Ценовая и неценовая конкуренция.
9. Особая роль ценовой конкуренции в России, современные ценовые войны.
10. Четыре базовых стратегии конкуренции.
11. Основные теории стратегий конкурентной борьбы: М. Портер, Х. Фризвинкель, Л.Г. Рамен-ский.
12. Дифференциация рыночных ниш.
13. Преимущества крупных предприятий в эпоху научно-технического прогресса.
14. Повышенное значение крупных предприятий для экономики России.
15. Естественные монополии и необходимость государственного регулирования их деятельности. Естественные монополии в России.
16. Картели и недобросовестная конкуренция в России, государственная антикартельная полити-ка.

17. Стратегия подавления конкурентов.
 18. Позиции лидера и вице-лидеров на рынке.
 19. Теория «преимущества первого хода».
 20. Эволюционный путь виолента. Жизненный цикл виолента.
 21. Дифференциация продукта как эффективный способ борьбы за потребителя.
- Факторы дифференциации товаров.
22. Значение специализации как фактора защиты от конкурентов.
 23. Значение ограничения размеров рыночного сегмента.
 24. Возможность национального и мирового рыночного лидерства для малых фирм.
- Эволюционный путь фирмы-лисы (пациента).
25. Способы формирования ниши по М. Портеру.
 26. Причины, методы и риски смены конкурентной стратегии.
 27. Историческая роль малых фирм-эксплерентов в НТП. Различия прорывного и улучшающего НТП.
 28. Преимущества малых фирм-эксплерентов в сфере прорывного НТП.
 29. Организационные и финансовые проблемы пионерских проектов.
 30. Венчурный капитал и технопарки.
 31. Эволюция фирмы-ласточки (эксплорента).
 32. Технологические парки как организационная предпосылка массовости новаторства.
 33. Связующая роль в экономике мелких фирм-коммутантов. Широкое распространение фирм-коммутантов в новом частном бизнесе в России.
 34. Стратегии мелкого бизнеса в борьбе с конкурентами.
 35. Разновидности фирм-мышей (коммутантов). Гибкость как центральный элемент конкурентной стратегии коммутантов.
 36. Аутсорсинг как метод снижения издержек.
 37. Коммутанты-подражатели и отсутствие безусловно-фиксированных издержек.
 38. Конкуренция и структура современного рынка. Понятие конкурентного сообщества фирм.
 39. Взаимосвязь конкуренции и монополизации.
 40. Конкуренция и научно-технический прогресс.
 41. Этапы НТП и роль в их смене разных конкурентных стратегий.
 42. Виды нововведений и их сравнительное значение в рыночной экономике.
 43. Конкурентоспособность сообщества фирм и международная конкурентоспособность компаний.
 44. Понятие кластера по М. Портеру.
 45. Формирование, состав и роль кластеров для экономики.
 46. Транснациональные корпорации как фирмы, придерживающиеся эффективной смешанной стратегии. Позитивные и негативные влияния ТНК на экономику.
 47. Двойственная роль иностранной конкуренции.
 48. Современный этап развития конкурентных отношений в России.
 49. Три типа ценовых войн.
 50. Неценовые конкурентные войны: роль качества, сервиса, региональной активности и ассортимента.
 51. Рыночная трансформация российских виолентов (инвестиционная, сбытовая и управленческая сферы).
 52. Парадокс недостаточности концентрации производства и капитала в российском крупном бизнесе.
 53. Перспективы развития специализированных фирм. ВПК и формирование фирм-пациентов.
 54. Предпосылки и трудности массового развития пионерских фирм в России.
 55. Роль государства в формировании эффективного сообщества компаний.

Контрольная точка № 1

Теоретический вопрос (оценка знаний)

1. Охарактеризуйте основные подходы к определению понятия конкуренции и сформулируйте наиболее полное определение.
2. Одинаково ли значение конкуренции в рамках предприятия, региона и государства?
3. Дайте определение конкурентоспособности. Можно ли считать конкурентоспособными услуги по хранению вкладов Сбербанком, коммерческими банками, спекулятивными финансовыми организациями?
4. Назовите факторы повышения конкурентоспособности.
5. Выделите особенности ценовой конкуренции.
6. Раскройте особенности неценовой конкуренции.
7. Что такое структура рынка? Какими факторами она определяется?
8. Каким критериям должен соответствовать рынок совершенной конкуренции?
9. Какие формы конкурентной борьбы характерны для рынка монополистической конкуренции?
10. Каковы причины тайного сговора относительно цены в олигополистических отраслях?
11. Какие существуют модели кооперативного и некооперативного поведения?
12. Какие методы ценообразования применяют олигополисты?
13. Что представляет собой лидерство в ценах?
14. Чем отличаются следующие виды монополий: закрытая, естественная и открытая?

Приведите примеры.

15. Дайте определение ценовой дискриминации и объясните, для чего ее осуществляет монополист?
16. Каковы особенности венчурного капитала?
17. Сравните характеристики радикальных и улучшающих нововведений.
18. Почему в современных условиях возрастает роль гибкости как источника конкурентоспособности?
19. В чем состоит принцип конкурентного исключения?

Тестовые задания (оценка умений)

1. Объектом конкуренции являются:
 - а) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
 - б) фирмы-изготовители и фирмы поставщики услуг;
 - в) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;
 - г) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.
2. Предприятие в условиях конкуренции разрабатывает стратегию, чтобы определить:
 - а) сильные стороны конкурентов;
 - б) как нужно отвечать на действия конкурентов;
 - в) слабые стороны конкурентов.
3. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:
 - а) подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;
 - б) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;
 - в) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.
4. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведется за счет:
 - а) снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности;
 - б) увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену;
 - в) повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.
5. Потребительские свойства товара – это:

- а) свойства товара, проявляющиеся при его использовании;
- б) потребителем в процессе удовлетворения потребностей;
- в) средство его реализовать.

6. Какой признак из нижеперечисленных является характерным только для рынка совершенной конкуренции?

- а) наличие многих продавцов, реализующих различные товары;
- б) реклама обеспечивает покупателей разнообразной информацией;
- в) фирмы отрасли имеют примерно равные транспортные издержки;
- г) однородная продукция производится большим количеством малых фирм, не способных определять рыночную цену;
- д) идет ожесточенная конкурентная борьба между фирмами в форме «ценовых войн».

7. Ценовая конкуренция предполагает:

- а) продажу товаров по ценам ниже, чем у конкурента;
- б) продажу товаров по ценам выше, чем у конкурентов;
- в) продажу товаров более высокого качества;
- г) проведение рекламной компании.

8. Управляющий фирмы рассказал о своей фирме следующее: «У меня много проблем. Всё время открываются новые магазины, подобные моему. Мне приходится тратить деньги на рекламу, чтобы убедить людей, что мой магазин уникален и отличается от всех других». Определите, о каком виде конкуренции идёт речь в данном случае:

- а) совершенная;
- б) монополия;
- в) монополистическая;
- г) олигополия;
- д) недобросовестная.

9. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:

- а) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
- б) издержки производства и сбыта;
- в) полезный эффект и цена потребления;
- г) потребительская новизна товара.

10. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:

- а) регрессивная вертикальная интеграция;
- б) прогрессивная вертикальная интеграция;
- в) горизонтальная интеграция;
- г) дополняющая диверсификация.

Практико-ориентированные задачи (оценка умений, навыков)

1. На основании данных, представленных в таблице, рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана (НИ), индекс концентрации (CR4). Определите, является ли отрасль высококонцентрированной или умеренно концентрированной. Полученные расчётным путём значения индексов округлите до сотых.

Фирмы	Объём продаж, тыс. руб.	Доля фирмы	Доля фирмы,
%	Квадрат доли фирмы, %		

1	1100	0,1644	16,44	270,44
2	1300	0,1943	19,43	377,72
3	275	0,0411	4,11	16,90
4	1243	0,1859	18,59	345,32
5	221	0,0330	3,30	10,92
6	949	0,1419	14,19	201,28
7	326	0,0487	4,87	23,75
8	159	0,0238	2,38	5,65
9	980	0,1465	14,65	214,65
10	136	0,0203	2,03	4,13
Итого	6689	1	100	?

2. Крупная фирма выпускает 50% продукта, остальное производство распределено равномерно между пятью другими фирмами. Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана (ННІ). Определите-те, является ли отрасль высококонцентрированной или умеренно концентрированной.

3. На рынке некоторого товара действуют 14 фирм. Доля фирмы 1 составляет 15%, фирмы 2 – 10%, фирм 3, 4, 5, 6 – по 8%, фирм 7, 8, 9, 10, 11 – по 6%, фирм – 12, 13 – по 5%, фирмы 14 – 3%. Рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана для этих 14 фирм. Если фирмы 2 и 3 решат объединиться, должны ли государственные органы позволить им объединиться? Слияние разрешается, если индекс не превышает 1900.

Контрольная точка № 2

Теоретический вопрос (оценка знаний)

1. Раскройте цикл жизни фирмы применительно к различным типам компаний: коммутантам, пациентам, виолентам, эксплерентам.

2. Раскройте направления инвестиций по А. Чендлеру.

3. Каковы риски при осуществлении крупномасштабных инвестиций?

4. Выделите преимущества дифференциации продукта.

5. Каковы преимущества узкой специализации?

6. Раскройте понятие конкурентного преимущества.

7. Охарактеризуйте конкурентные преимущества как концентрированное проявление превосходства над предприятиями-конкурентами в экономической, производственной, научно-технической инновационной и организационной деятельности.

8. Что понимают под программой маркетинга? Какие основные этапы разработки программы маркетинга?

9. В чём необходимость государственной политики по содействию развития конкуренции?

10. Какие инструменты оно использует?

11. Что такое антимонопольное законодательство?

12. Какие методы борьбы с недобросовестной конкуренцией использует государство?

13. Перечислите рекомендации фирмы «Маккинзи» по сокращению издержек.

14. Рассмотрите двойственную роль иностранной конкуренции.

15. Приведите понятие кластера по М. Портеру.

Тестовые задания (оценка умений)

1. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:

- а) регрессивная вертикальная интеграция;
- б) прогрессивная вертикальная интеграция;
- в) горизонтальная интеграция;
- г) дополняющая диверсификация.

2. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?

- а) М. Портер;
- б) А. Литл;
- в) Ф. Котлер;
- г) И. Ансофф.

3. Одним из вариантов поведения фирм-коммутантов является выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании (виолента или пациента). Какие меры предосторожности предпринимают мелкие фирмы, чтобы не потерять свободу и не превратиться в придаток монополии:

- а) увеличивают размеры своей фирмы;
- б) стремятся поставлять товары нескольким крупным корпорациям таким образом, чтобы доля каждой из них в общих продажах фирмы не превышала 20% оборота;
- в) уходят из своей ниши на рынке и приходят туда, где создаются более благоприятные

для фирм-коммутантов условия;

г) ни один ответ не является верным.

4. Форма расчета с поставщиками, транспортабельность товара, надежность поставки относятся к:

а) производственным факторам конкурентоспособности;

б) рыночным факторам конкурентоспособности;

в) сбытовым факторам конкурентоспособности;

г) сервисным факторам конкурентоспособности.

5. Кто использует стратегию компиляции или стратегию адаптации?

а) рыночные лидеры;

б) челенджеры;

в) нишеры;

г) последователи.

6. Удельный вес фирм-челенджеров (по Ф. Котлеру) в общей емкости определенного рынка составляет:

а) 40%;

б) 25%;

в) 20%;

г) 30%.

7. К наследственным конкурентным преимуществам персонала относится:

а) темперамент;

б) умение формулировать личные цели и цели коллектива;

в) умение управлять своими эмоциями;

г) общительность коммуникабельность.

8. Фирма – это:

а) управление всеми факторами, обеспечивающими достижение законным путём экономических и социальных преимуществ или выгод;

б) организация, концентрирующая и использующая ресурсы для производства товаров или услуг с целью получения прибыли;

в) предприятие, способное получать необходимый результат, позволяющий осваивать за определённые сроки закономерное количество изделий без коренного изменения основных производственных фондов;

г) главное действующее лицо конкурентных отношений на рынке.

9. Фундаментальная рыночная ниша – это:

а) сегмент рынка продавца определённого товара или услуги;

б) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурирующими предприятиями;

в) совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары (услуги), производимые данной фирмой;

г) ни один ответ не является верным.

10. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкос-пециализированной продукции высокого качества:

а) виолентная стратегия;

б) коммутантная стратегия;

в) пациентная стратегия;

г) экплерентная стратегия.

Практико-ориентированные задачи (оценка умений, навыков)

1. Метод стратегических групп в исследовании конкурентов и построение карт позиционирования предприятия (марки) на рынке фирма «Х» предлагает на рынок 3 брэнда недорогого растворимого напитка для завтрака (в сравнении с другими уже существующими на рынке продуктами для завтрака). Описание продуктов:

– марка А – имеет низкую калорийность, и низкую цену за кг;

– марка В – имеет низкую калорийность, но высокую цену за кг;

– марка Б – имеет низкую цену за кг, и высокую калорийность.

В настоящее время стоит вопрос о введении нового брэнда напитков для завтрака.

Используя метод стратегических групп в исследовании конкурентов постройте карту позиционирования брендов на рынке недорогих напитков для завтрака. Обоснуйте целесообразность ввода нового бренда и его расположения на карте позиционирования.

2. Диагностика конкурентной позиции фирмы на основе матрицы Мак-Кинси ООО «Торговый проект» работает на территории г. Тверь более 10 лет. Сфера деятельности – продажа торгово-го и холодильного оборудования – 46 % рынка. Основные конкуренты компании на данном рынке – ООО «Антекс» (33% рынка) и ГК «Белфорт» (23% рынка).

Компания представляет на рынок 4 основных видов продукции:

- холодильное оборудование (ХО) – 39% от общего объема продаж;
- торговое оборудование (ТО) – 22 % от общего объема продаж;
- складское оборудование (СО) – 14% от общего объема продаж;
- промышленный холод (ПХ) – 3% от общего объема продаж.

Рынок холодильного оборудования насыщен, прирост рынка составляет 0,5% в год. Рынок тор-гового оборудования находится в стадии насыщения – прирост – 6% в год. Рынок складского оборудования находится в стадии бурного развития – прирост 10% в год. Рынок промышленно-го холода – новый рынок. Рост рынка достаточно большой – 8% в год, однако сама емкость рынка – величина неизвестная, зависит от большого количества объективных факторов.

Составьте матрицу конкурентной позиции ООО «Торговый проект» по методу Мак-Кинси.

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

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

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

ЛЗ.1 Коган, Е. А., Юрченко А. А. Теория вероятностей и математическая статистика [Электронный ресурс]:учебник. - НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 250 с – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=398687>

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

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1	Онлайн курсы на образовательной платформе Stepik	https://welcome.stepik.org/ru
2	Онлайн курсы на образовательной платформе Лекториум	https://www.lektorium.tv/
3	Онлайн курсы на образовательной платформе «Открытое образование»	https://openedu.ru/course/
4	Онлайн курсы на образовательной платформе Coursera	https://www.coursera.org/
5	Онлайн курсы на образовательной платформе Универсарium	https://universarium.org/
6	Бюро экономического анализа (Россия)	https://beafnd.org/

7	Журнал «Вопросы экономики»	http://vopreco.ru
8	Научная библиотека elibrary.ru	https://www.elibrary.ru

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Теория конкуренции» предусматривает изучение тем, в которых рассматриваются основные подходы к конкуренции, виды конкуренции в современной экономике, а также направления ее развития и на основе этого формирование современных рыночных структур. Изучение «Теории конкуренции» способствует формированию у студентов системы знаний о необходимости конкурентных отношений в экономической системе, о видах, способах и средствах конкуренции. Дисциплина тесно связана с другими учебными дисциплинами, в которых изучаются поведение потребителей, маркетинговые исследования, технологии продаж и др. Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса. Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Результатом прослушивания лекции для студентов является конспект. При написании конспекта хорошо оставлять свободные места, предусмотреть поля, так как при проработке материала с использованием книги бывает необходимо дополнить или скорректировать записи. Такая работа с конспектом приводит к глубокому пониманию и освоению предмета. Практические занятия проводятся в виде практических работ (обсуждение контрольных и проблемных вопросов, выполнение рефератов на актуальные темы, рассмотрение примеров из практики отечественных предприятий и т.п.). Дисциплина «Теория конкуренции» носит прикладной характер, а следовательно, особое внимание при проведении практических занятий уделяется тем теоретическим положениям и практическим навыкам, которые могут быть использованы в будущей практической деятельности. Чтобы облегчить выполнение заданий, необходимо определить временные рамки. Еженедельная подготовка по дисциплине требует временных затрат. Четкое фиксирование по времени регулярных дел, закрепление за ними одних и тех же часов – важный шаг к организации времени. При учете времени надо помнить об основной цели рационализации – получить наибольший эффект с наименьшими затратами. Учет – лишь средство для решения основной задачи: сэкономить время. Важная роль в организации учебной деятельности отводится учебно-тематическому плану дисциплины, дающему представление не только о тематической последовательности изучения курса, но и о затратах времени, отводимом на изучение курса. Успешность освоения курса «Теория конкуренции» во многом зависит от правильно спланированного времени при самостоятельной подготовке (в зависимости от специальности от 2–3 до 5 часов в неделю). При подготовке к занятиям по дисциплине «Теория конкуренции» необходимо руководствоваться нормами времени на выполнение заданий. Например, при подготовке к занятию на проработку конспекта одной лекции, учебников, как правило, отводится от 0,5 часа до 2 часов, а на изучение первоисточников объемом 16 страниц печатного текста с составлением конспекта 1,5–2 часа, с составлением лишь плана около 1 часа. Успешное изучение курса «Теория конкуренции» предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Изучение дисциплины следует начинать с проработки рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделяется целям, задачам, структуре и содержанию курса. Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам. Начиная изучение курса, студенту необходимо: – ознакомиться с программой, изучить список рекомендуемой литературы. К программе курса необходимо будет возвращаться постоянно, по мере усвоения каждой темы в отдельности, для того чтобы понять: достаточно ли полно изучены все вопросы; – внимательно разобраться в структуре курса «Теория конкуренции», в системе распределения учебного материала по видам занятий, формам контроля, чтобы иметь представление о курсе в целом, о лекционной и практической части всего курса изучения; – обратиться к методическим пособиям по дисциплине, позволяющим ориентироваться в последовательности выполнения заданий.

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

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

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	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 «Теория конкуренции» 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)

_____ КЭТиРЭ, Скиперская Елизавета Викторовна

Рецензенты

_____ КЭТиРЭ, Довготько Наталья Анатольевна

_____ КЭТиРЭ, ккультн Вайцеховская Светлана Сергеевна

Рабочая программа дисциплины «Теория конкуренции» рассмотрена на заседании Кафедра экономической теории и региональной экономики протокол № 21 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 «Теория конкуренции» 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 _____