

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Высоцкая Татьяна Александровна
Должность: Вице-президент
Дата подписания: 27.06.2025 14:38:32
Уникальный программный ключ:
49ad56fe82cf536c4e0b05841d800326647338f0

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
в г. Миллерово Ростовской области

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала
Т.А. Высоцкая
«28» февраля 2025 г.

Рабочая программа дисциплины
Управление конкурентоспособностью предприятий

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) программы бакалавриата
38.03.02.02 Управление бизнесом

Для набора 2024 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА Общеэкономические и специальные дисциплины**Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	119	119	119	119
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.02.2025 г. протокол № 9.

Рабочая программа составлена на основе рабочей программы указанной дисциплины, утвержденной в ФГБОУ ВО РГЭУ (РИНХ) с учетом условий реализации программы бакалавриата, действующих в филиале федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» в г. Миллерово Ростовской области

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Н.С. Шелепова

Зав. кафедрой: к.э.н., доцент Т.А. Высоцкая

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование знаний, умений и практических навыков по оценке конкурентоспособности предприятия, разработки конкурентных стратегий предприятия, а также изучение современных подходов и методов в области управления его конкурентоспособностью, а также рассмотрения возможных способов документального обеспечения управленческих решений в области конкурентоспособности предприятия.
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2. Способен осуществлять стратегическое и тактическое управление процессами планирования и организации производства
ПК-1. Способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей, а также осуществлять количественный и качественный анализ информации при обосновании и выборе управленческого решения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
виды конкурентных стратегий, используемых для обеспечения экономической безопасности предприятия (соотнесено с индикатором ПК-1.1); методы выбора оптимальной конкурентной стратегии предприятия с учетом рисков (соотнесено с индикатором ПК-2.1).
Уметь:
выбирать стратегии, обеспечивающие устойчивые конкурентные преимущества организации и её конкурентоспособность (соотнесено с индикатором ПК-1.2); сохранять существующие конкурентные преимущества и формировать новые при реализации выбранной стратегии предприятия (соотнесено с индикатором ПК-2-2).
Владеть:
навыками разработки и обоснования конкурентной стратегии предприятия (соотнесено с индикатором ПК-1.3); навыками выбора альтернативных конкурентных стратегий предприятия с учетом рисков и ресурсов организации (соотнесено с индикатором ПК-2.3).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью предприятия

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	Тема 1.1 « Конкурентоспособность: сущность, критерии и факторы конкурентоспособности». Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность». Роль оценки конкурентоспособности в предпринимательской деятельности. Конкурентоспособность как объект управления. Объекты оценки конкурентоспособности: предприятие, услуги, товар, продукция. Факторы конкурентоспособности. Общая конкурентоспособность продукции российских производителей в сравнении с мировой товарной конкурентоспособностью. Сравнительная страновая конкурентоспособность России. Подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия.	Лекционные занятия	8	4	ПК-2 ПК-1
1.2	Тема 1.1. "Конкурентоспособность: сущность, критерии и факторы конкурентоспособности". Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» товаров и услуг. Роль оценки конкурентоспособности товаров и услуг в предпринимательской деятельности. Конкурентоспособность как объект управления. Факторы конкурентоспособности товаров и услуг. Общая конкурентоспособность продукции российских производителей в сравнении с мировой товарной конкурентоспособностью. Сравнительная страновая конкурентоспособность России.	Практические занятия	8	4	ПК-2 ПК-1
1.3	Тема 1.1 "Конкурентоспособность: сущность, критерии и факторы конкурентоспособности". Процессы, на которых базируется конкуренция. Конкурентоспособность продукции с позиции потребителя; с позиции изготовителя. Интегральный показатель качества продукции. Уровни конкурентоспособности. Формирование конкурентоспособности. Конкурентоспособность продукции как мера прибыли организации. Конкурентоспособность товаров как фактор безопасности страны. Написание рефератов с использованием LibreOffice	Самостоятельная работа	8	12	ПК-2 ПК-1

1.4	Тема 1.2 " Критерии конкурентоспособности товаров и услуг". Критерии конкурентоспособности и их группировка. Приоритетные критерии конкурентоспособности товаров и услуг. Уровень качества продукции. Общая характеристика потребительских показателей качества товаров. Методика оценки уровня качества товаров. Особенности потребительской оценки качества товаров. Показатели качества услуг. Признаки классификации показателей качества продукции и услуг. Дифференциальный и комплексный методы оценки уровня качества товаров.	Самостоятельная работа	8	12	ПК-2 ПК-1
1.5	Тема 1.3 «Основные составляющие понятия конкурентоспособности товара». Факторный анализ конкурентоспособности товара. Подходы к оценке конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности продукции с учетом нормативных, экономических и технических параметров. Способы повышения уровня конкурентоспособности товаров и услуг. Влияние макроэкономических факторов на конкурентоспособность товаров и услуг предприятий: риски внешней среды, действия конкурентов и пр.	Лекционные занятия	8	2	ПК-2 ПК-1
1.6	Тема 1.3 «Основные составляющие понятия конкурентоспособности товара». Проведения факторного анализа конкурентоспособности товара. Основные подходы к оценке конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности продукции с учетом различных параметров. Способы повышения уровня конкурентоспособности товаров и услуг. Влияние макроэкономических факторов на конкурентоспособность товаров и услуг предприятий: риски внешней среды, действия конкурентов и пр.. Примеры макро- и микрофакторов подлинности товаров. Практические примеры оценки конкурентоспособности товаров, когда безопасность используется как ограничительный критерий и как мера конкурентоспособности. Роль служб маркетинга в создании новых товаров. Группировка объектов промышленной собственности согласно Патентному закону. Факторы, определяющие имидж товара (услуги). Отличие понятий «торговая марка», «товарный знак», «бренд».	Самостоятельная работа	8	12	ПК-2 ПК-1
1.7	Тема 1.4 "Основные факторы конкурентоспособности: макрофакторы, мезофакторы, микрофакторы". Макрофакторы конкурентоспособности, правило ромба Портера. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности. Мезоэкономические (отраслевые) факторы конкурентоспособности товаров. Принципы анализа конкурентоспособности отрасли. Общая характеристика факторов, определяющих текущую и перспективную конкурентоспособность отрасли. Микроэкономические факторы конкурентоспособности, основные виды, их характеристика. Микроэкономические факторы конкурентоспособности: производственные факторы, рыночные факторы, сбытовые и сервисные факторы.	Самостоятельная работа	8	16	ПК-2 ПК-1

Раздел 2. Методы и подходы к оценке и управлению конкурентоспособности предприятия

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	Тема 2.1 "Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятий". Подходы к определению «конкурентное преимущество». Пример апробации Модели М. Портера. Сущность и классификация ценностей. Пути достижения и поддержания конкурентного преимущества предприятия. Понятие и сущность конкурентной стратегии. Стратегия снижения издержек, стратегия дифференциации продукции, стратегия фокусирования (сегментирования рынка). Ситуационное проектирование стратегии конкуренции для предприятий с различной степенью доминирования на рынке.	Лекционные занятия	8	2	ПК-2 ПК-1
2.2	Тема 2.1 " Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятий". Выбор базовой стратегии конкуренции. Адаптация стратегий конкуренции к особенностям рынка. SWOT-анализ, портфельный анализ (анализ товарного ассортимента) компании как основа выбора конкурентной стратегии. Классификация конкурентных стратегий. Стратегия снижения издержек, стратегия дифференциации продукции, стратегия фокусирования (сегментирования рынка): преимущества, необходимые рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы. Ситуационное проектирование стратегии конкуренции для предприятия.	Самостоятельная работа	8	13	ПК-2 ПК-1
2.3	Тема 2.2 "Оценка конкурентоспособности предприятия". Методы оценки конкурентоспособности Общая характеристика предприятия и выпускаемой продукции. Текущее состояние отрасли и перспективы ее развития. Оценка конкурентной позиции предприятия на рынке. Оценка конкурентоспособности продукции предприятия. Оценка конкурентоспособности предприятия. Анализ возможностей предприятия. SWOT-анализ,	Самостоятельная работа	8	26	ПК-2 ПК-1

	метод позиционирования конкретной возможности на матрице возможностей, матрица Мак-Кинси. Факторы, влияющие на оценку конкурентоспособности предприятия (макроэкономические, мезоэкономические и микроэкономические). Анализ конкурентоспособности предприятия. Оценка конкурентоспособности предприятия. Стратегический анализ и его значение в разработке конкурентной стратегии предприятия. Методы стратегического анализа.				
2.4	Тема 2.3 "Управление конкурентными преимуществами. Механизм управления конкурентоспособностью объекта исследования". Понятие и сущность процесса управления конкурентоспособностью организации. Современные подходы к управлению конкурентоспособностью организации практическое занятие. Системный, логический, воспроизводственно-эволюционный, инновационный, комплексный, глобальный, интеграционный, виртуальный, стандартизационный, маркетинговый, эксклюзивный, функциональный, процессный, структурный, ситуационный.	Практические занятия	8	2	ПК-2 ПК-1
2.5	Тема 2.3 "Управление конкурентными преимуществами. Механизм управления конкурентоспособностью объекта исследования". Основные этапы управления конкурентоспособностью организации. Проблемы управления конкурентоспособностью в современных условиях. Алгоритм управления конкурентоспособностью предприятия. Подходы к формированию механизма управления конкурентоспособностью предприятия.	Самостоятельная работа	8	14	ПК-2 ПК-1
2.6	Тема 2.4 "Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия". Рекомендации по повышению конкурентоспособности организации по основным направлениям уровня конкурентоспособности различных компонентов предприятия. Формирование и разработка стратегии повышения конкурентоспособности предприятия.	Практические занятия	8	2	ПК-2 ПК-1
2.7	Тема 2.4 "Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия". Разработка мероприятий по поддержанию и повышению достигнутого уровня конкурентоспособности предприятия. Оценка экономического эффекта мероприятий по поддержанию и повышению уровня конкурентоспособности предприятия. Переоценка конкурентоспособности предприятия с учетом предложенных мероприятий. Формирование и разработка стратегии повышения конкурентоспособности предприятия. Разработка мероприятий по поддержанию и повышению достигнутого уровня конкурентоспособности различных компонентов предприятия. Обоснование и презентация программы повышения конкурентоспособности предприятия.	Самостоятельная работа	8	14	ПК-2 ПК-1
2.8	Подготовка к промежуточной аттестации	Экзамен	8	9	ПК-2 ПК-1

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Миронов Д. В.	Управление конкурентоспособностью: монография	Москва: Лаборатория книги, 2010	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2	Новашина Т. С.	Современная конкуренция: журнал	Москва: Синергия ПРЕСС, 2009	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
3	Береговая И. Б., Калиева О. М.	Управление конкурентоспособностью социально-экономических систем: теория и методология: монография	Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2017	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4	Тюлин А.Е., Чурсин А.А., Островская А.А.	Управление конкурентоспособностью продукции: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025	ЭБС «Znanium»
5	Антонов Г. Д., Иванова О.П., Тумин В.М.	Управление конкурентоспособностью организации: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025	ЭБС «Znanium»

5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС Консультант+

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>**5.3. Перечень программного обеспечения**

Операционная система РЕД ОС

LibreOffice

5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-1: Способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей, а также осуществлять количественный и качественный анализ информации при обосновании и выборе управленческого решения			
З виды конкурентных стратегий, используемых для обеспечения экономической безопасности предприятия;	Воспроизводит существующие виды конкурентных стратегий и методы разработки и реализации конкурентных стратегий предприятий	Правильность решения тестовых заданий, содержание и полнота ответов на вопросы к опросу, соответствие содержания реферата теме	ВЭ- вопросы к экзамену (1-42), УО-устный опрос (1-24), Т-тесты (1-20), Р – реферат (1-30).
У выбирать стратегии, обеспечивающие устойчивые конкурентные преимущества организации и её конкурентоспособность	Проводит стратегический анализ предприятия, разрабатывает его конкурентную стратегию	Правильность выполнения практико-ориентированного задания, правильность результатов стратегического анализа и конкурентной стратегии предприятия.	ПОЗ – практико-ориентированные задания (1-4).
В навыками разработки и обоснования конкурентной стратегии предприятия	Интерпретирует полученные в ходе стратегического анализа выводы, обосновывает их значение при разработке конкурентной стратегии предприятия	Правильность и обоснованность выводов стратегического анализа предприятия, конкурентного анализа. Правильность интерпретации полученных результатов.	ПОЗ – практико-ориентированные задания (1-4).
ПК-2: Способен осуществлять стратегическое и тактическое управление процессами планирования и организации производства			
З методы выбора оптимальной конкурентной стратегии предприятия с учетом рисков	Приводит основные методы выбора стратегий, влияющих на конкурентоспособность предприятия; осуществляет сбор и анализ информации, необходимой для подготовки к опросу и написанию реферата	Соответствие темы реферата его содержанию, полнота и содержательность ответов на вопросы к опросу, правильность решения тестовых заданий	ВЭ- вопросы к экзамену (1-42), УО-устный опрос (1-24), Т-тесты (1-20), Р – реферат (1-30).
У сохранять существующие конкурентные преимущества и формировать новые при реализации выбранной стратегии предприятия	Анализирует факторы макроэкономической среды, которые влияют на конкурентоспособность предприятия	Полнота, содержательность и правильность результатов анализа; правильность решения практико-ориентированных заданий	ПОЗ – практико-ориентированные задания (1-4).
В навыками выбора альтернативных конкурентных стратегий предприятия с учетом рисков и ресурсов организации	Оценивает факторы среды, делает выводы об их влиянии на функционирование и конкурентоспособность предприятий, а также осуществляет выбор конкурентной стратегии, осуществляет сбор, обработку и анализ информации, необходимой для написания реферата, контрольной работы, решения практико-ориентированного задания, делает обоснованные выводы	Аргументированность и обоснованность выводов, полученных при выполнении реферата, решении практико-ориентированных заданий	ПОЗ – практико-ориентированные задания (1-4).

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

- 84-100 баллов (оценка «отлично»)
- 67-83 баллов (оценка «хорошо»)
- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)
- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к экзамену

1. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособности» товаров и услуг.
2. Роль оценки конкурентоспособности товаров и услуг в деятельности предприятий.
3. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» товаров и услуг.
4. Конкурентоспособность товаров и услуг как фактор национальной безопасности
5. Критерии конкурентоспособности как носители информации об удовлетворяемых потребностях
6. Классификация критериев конкурентоспособности товаров и услуг
7. Факторы конкурентоспособности товаров и услуг
8. Объекты и субъекты оценки конкурентоспособности продукции
9. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг: уровень качества и его стабильность.
10. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг: социальная адресность.
11. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг: подлинность.
12. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг: безопасность.
13. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг: потребительская новизна.
14. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг: имидж.
15. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг: информативность.
16. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг: цена потребления.
17. Макроэкономические факторы конкурентоспособности товаров и услуг.
18. Общие и специализированные конкурентоспособности товаров и услуг.
19. Правило ромба М. Портера.
20. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности предприятий.
21. Микроэкономические факторы: производственные факторы.
22. Микроэкономические факторы: сбытовые и сервисные факторы.
23. Оценка и подтверждение соответствия товаров и услуг.
24. Оценка и подтверждение соответствия систем качества.
25. Методы оценки конкурентоспособности товаров: принципы оценки.
26. Методы оценки конкурентоспособности товаров: порядок оценки.
27. Принципы оценки конкурентоспособности услуг.
28. Критерии оценивания конкурентоспособности услуг.
29. Инновационная конкуренция и её роль в предпринимательстве.
30. Структура и содержание системы управления конкурентоспособностью предприятия.
31. Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг.
32. Конкурентная карта рынка: содержание и принципы построения.
33. Матрица BCG и её роль в оценке конкурентоспособности предприятия и разработке конкурентной стратегии.
34. Методика оценки конкурентоспособности товара с использованием взвешенного и невзвешенного рейтинга.
35. Интегральный показатель конкурентоспособности.
36. Формы и методы государственного регулирования конкурентоспособности предприятий.
37. Конкурентные стратегии в бизнесе.
38. Теория конкурентных преимуществ и конкурентных стратегий.
39. Виды конкурентных стратегий.
40. Подходы к управлению конкурентоспособностью организации.
41. Обеспечение руководителя информацией о конкурентоспособности предприятия: качественные характеристики управленческой информации, способы ее получения.
42. Организация информационного взаимодействия руководителя с подразделениями и должностными лицами организации по вопросам конкурентоспособности предприятия.

Экзаменационное задание состоит из двух теоретических вопросов и практико-ориентированного задания (вариативность заданий определяется выбранным для анализа предприятием).

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» (84-100 баллов) выставляется, если ответ обучающегося по двум теоретическим вопросам экзаменационного билета, является полным, и удовлетворяет требованиям программы дисциплины; на дополнительные вопросы преподавателя обучающийся дал правильные ответы; практико-ориентированное задание решено верно.
- оценка «хорошо» (67-83 балла) выставляется, если ответы по теоретическим и практическому материалу, содержащемуся в вопросах экзаменационного билета, является полным, или частично полным и удовлетворяет требованиям программы, но не всегда дается точное, уверенное и аргументированное изложение материала; на дополнительные вопросы преподавателя обучающийся дал правильные ответы; практико-ориентированное задание решено верно или содержит несущественные недочеты.
- оценка «удовлетворительно» (50-66 баллов) выставляется, если обучающийся продемонстрировал базовые знания важнейших разделов дисциплины и содержания лекционного курса; у обучающегося имеются затруднения в использовании научно-понятийного аппарата в терминологии курса; практико-ориентированное задание решено, но вывод по ней недостаточно аргументирован.
- оценка «неудовлетворительно» (0-49 баллов), выставляется, если у обучающегося имеются существенные пробелы в знании основного материала по дисциплине; в процессе ответа допущены принципиальные ошибки при изложении материала, практико-ориентированное задание решено неверно или не решено.

Практико-ориентированные задания

1. Выберите любое предприятие, кратко опишите его, изучите его основных конкурентов. С помощью метода взвешенного рейтинга оцените конкурентоспособность выпускаемых им товаров (услуг), предложите управленческое решение и документально оформите его.
2. Разработайте конкурентную стратегию для любого предприятия, предложите управленческое решение и документально оформите его.
3. Выберите любое предприятие, кратко опишите его, изучите его основных конкурентов и с помощью метода невзвешенного рейтинга оцените конкурентоспособность выпускаемых им товаров (услуг). Предложите управленческое решение и документально оформите его.
4. Проведите сравнительный анализ конкурентов, действующих в одной отрасли, сделайте выводы и определите направления повышения конкурентоспособности предприятия. Предложите управленческое решение и документально оформите его. В качестве объектов для анализа выберите известные вам три предприятия или организации, а одно из них рассмотрите, как «свое». Например: Учебные заведения города, Салоны красоты, Салоны сотовой связи, Операторы сотовой связи, Косметические фирмы, Продовольственные универсамы (сети), Кафе, Мебельные салоны, Магазины бытовой техники.

Критерии оценивания: За семестр студент должен выполнить одно практико-ориентированное задание. Максимальный балл 40.

- 31-40 балла выставляется студенту, если он выполнил все задания в полном объеме, без ошибок;
21-30 балла выставляется студенту, если студент выполнил задания, но некоторые вопросы раскрыты не полностью и имеются ошибки при оценке конкурентоспособности товаров;
1-20 баллов выставляется студенту, если он выполнил задания, но были допущены ошибки;
0 баллов выставляется студенту, если большая часть заданий выполнена неправильно, а также с ошибками или не выполнена совсем.

Тесты

1. Объектом конкуренции являются:
 - a) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
 - b) фирмы-изготовители и фирмы-услугиодатели;
 - c) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;
 - d) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.
2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:

- a) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
 - b) издержки производства и сбыта;
 - c) полезный эффект и цена потребления;
 - d) потребительская новизна товара.
3. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:
- a) регрессивная вертикальная интеграция;
 - b) прогрессивная вертикальная интеграция;
 - c) горизонтальная интеграция;
 - d) дополняющая диверсификация.
4. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?
- a) М. Портер;
 - b) А. Литл;
 - c) Ф. Котлер;
 - d) И. Ансофф.
5. 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 предприятия, чтобы не потерять свободу и не превратиться в придаток монополии:
- a) увеличивают размеры своей фирмы;
 - b) стремятся поставлять товары нескольким крупным корпорациям таким образом, чтобы доля каждой из них в общих продажах фирмы не превышала 20% оборота;
 - c) уходят из своей ниши на рынке и приходят туда, где создаются более благоприятные для фирм-коммутантов условия;
 - d) ни один ответ не является верным.
6. Кто использует стратегию компиляции или стратегию адаптации?
- a) рыночные лидеры;
 - b) челенджеры;
 - c) нишеры;
 - d) последователи.
7. Удельный вес фирм-челенджеров (по Ф. Котлеру) в общей емкости определенного рынка составляет:
- a) 40%;
 - b) 25%;
 - c) 20%;
 - d) 30%.
8. Фундаментальная рыночная ниша – это:
- a) сегмент рынка продавца определённого товара или услуги;
 - b) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурирующими предприятиями;
 - c) совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары (услуги), производимые данной фирмой;
 - d) ни один ответ не является верным.
9. Конкурирующие фирмы – это:
- a) фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу;
 - b) борьба между фирмами на одном рыночном сегменте;
 - c) взаимодействие фирм на рынке за получение наивысшей прибыли.
 - d) фирмы, находящиеся на одной стадии жизненного цикла и в одной отрасли.
10. Конкурентоспособность товара – это:
- a) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;
 - b) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;
 - c) закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.

11. Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:

- a) запас конкурентоспособности товара;
- b) потребительская ценность товара;
- c) цена продажи товара;
- d) себестоимость товара.

12. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара:

- a) ценовая конкуренция;
- b) неценовая конкуренция;
- c) недобросовестная конкуренция;
- d) прямая конкуренция.

13. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества:

- a) виолентная стратегия;
- b) коммутантная стратегия;
- c) пациентная стратегия;
- d) эксплерентная стратегия.

14. Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:

- a) виолентная стратегия;
- b) коммутантная стратегия;
- c) пациентная стратегия;
- d) эксплерентная стратегия.

15. Фирмы-виоленты, отличающиеся особо крупными размерами; средним по темпу, но очень устойчивым ростом; широкой диверсифицированностью и наличием сети зарубежных филиалов – это:

- a) «гордые львы»;
- b) «могучие слоны»;
- c) «неповоротливые бегемоты»;
- d) «хитрые лисы».

16. Факторы, характеризующие виолентную стратегию конкурентной борьбы:

- a) гибкость;
- b) экономия на снижении постоянных издержек;
- c) ставка на радикальные нововведения;
- d) дифференциация продукта.

17. Если темпы роста ниши и нишера уменьшаются, то применяется:

- a) стратегия поддержки позиций;
- b) стратегия интеграции;
- c) стратегия лидерства в нише;
- d) стратегия выхода за пределы ниши.

18. Какие варианты поведения не соответствует фирмам-коммутантам:

- a) деятельность в сферах традиционно обслуживаемых только мелким бизнесом;
- b) выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов;
- c) выпуск товаров или услуг, копирующих чужие изделия;
- d) выпуск товаров массового спроса?

19. Какой тип фирмы играет решающую роль на первом этапе научно-технического прогресса (изобретение и внедрение новшества):

- a) виоленты;
- b) пациенты;
- c) эксплеренты;
- d) коммутанты.

20. Совокупность свойств и характеристик продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности, называют:

- a) качеством продукции;
- b) уровнем качества продукции;

- с) показателем функциональной пригодности;
- д) показателем совместимости.

Инструкция по выполнению: выберите один правильный ответ.

Критерии оценивания: Максимальное количество баллов 20.

17-20 баллов выставляется студенту, если он ответил правильно на 100-85% заданий теста;
13-16 баллов, если студент ответил на 84-69% заданий;
10-12 баллов, если студент ответил на 68-50% заданий;
0-9 баллов, если студент ответил менее, чем на 50 % заданий.

Вопросы к устному опросу

1. С какими слагаемыми качества жизни связана конкурентоспособность товаров и услуг?
2. На каких двух процессах базируется конкуренция?
3. Что такое конкурентоспособность продукции с позиции потребителя, с позиции изготовителя?
4. В чем сущность интегрального показателя качества продукции?
5. Что такое уровень конкурентоспособности? Что такое формирование конкурентоспособности?
6. Почему конкурентоспособность продукции является мерой прибыли организации?
7. В каких разделах бизнес-плана непосредственно рассматриваются вопросы конкурентоспособности?
8. Почему конкурентоспособность товаров является фактором безопасности страны?
9. По каким товарам степень зависимости России от других стран является критерием ее безопасности?
10. Какой относительный объем импортного продовольствия является рубежом продовольственной безопасности страны?
11. Приведите примеры макро- и микрофакторов подлинности товаров.
12. Приведите примеры оценки конкурентоспособности товаров, когда безопасность используется как ограничительный критерий и как мера конкурентоспособности.
13. В каком случае можно говорить о тройной гарантии безопасности?
14. Какова роль служб маркетинга в создании новых товаров?
15. Приведите пример характеристик товаров (услуг), которые соответствуют «профилю желаемого качества».
16. Какие факторы определяют имидж товара (услуги)?
17. Покажите отличие понятий «торговая марка», «товарный знак», «бренд».
18. Что такое информативность товара (услуги)?
19. Какие методы стратегического анализа применяются предприятиями?
20. Перечислите этапы разработки конкурентной стратегии предприятия.
21. Выделите качественные характеристики управленческой информации о конкурентоспособности предприятия. Какова их роль в информационном обеспечении деятельности руководителя?
22. Какие существуют способы получения информации о конкурентоспособности предприятия?
23. Какова роль управленческой информации о конкурентоспособности предприятия в формировании информационного пространства и информационной среды организации?
24. Охарактеризуйте три основных информационных потока организации.

Критерии оценивания:

Студент должен подготовить два ответа на вопросы к опросу. Максимальный балл за два ответа на опрос - 10. Один ответ оценивается максимально в 5 баллов

4-5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
2-3 баллов, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
1 балл, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
0 баллов, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Темы рефератов

1. Системный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
2. Логический подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
3. Воспроизводственно-эволюционный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
4. Инновационный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
5. Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
6. Глобальный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
7. Интеграционный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
8. Виртуальный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
9. Стандартизационный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
10. Маркетинговый подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
11. Эксклюзивный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
12. Функциональный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
13. Процессный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
14. Структурный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
15. Ситуационный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
16. Нормативный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
17. Оптимизационный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
18. Административный подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
19. Поведенческий подход к управлению конкурентоспособностью организации
20. Деловой подход к управлению конкурентоспособностью организации (на примере...).
21. Внутренние и внешние риски, с которыми сталкиваются предприятия (на примере...).
22. Имущественный риск предприятий (на примере...).
23. Роль систематических рисков (процентный, валютный и ценовой) для предприятий (на примере...).
24. Влияние факторов макросреды на конкурентоспособность продукции предприятия (на примере...).
25. Роль изучения и формирования спроса на потребительском рынке в разработке конкурентной стратегии предприятия (на примере...).
26. Управление конкурентными преимуществами предприятия (на примере...).
27. Анализ, оценка и диагностика конкурентной среды предприятия (на примере...).
28. Методы обеспечения конкурентоспособности предприятия (на примере...).
29. Формирование стратегии конкуренции и конкурентоспособности предприятия (на примере...).
30. Технологические, организационно-управленческие и экономические методы обеспечения конкурентоспособности предприятия (на примере...).

Студент может написать три реферата.

Критерии оценивания: Максимальное количество баллов за три реферата 30. Один реферат оценивается в 10 баллов

5-10 баллов выставляется обучающемуся, если он обоснует актуальность выбранной темы, представит соответствие содержания теме, правильно и полно проработает материал, а также в полном объёме использует источники для его написания, сделает выводы и предложения;

3-4 балла, если студент раскрыл только часть понятий из выбранной темы и не в полном объёме проработал материал.

1-2 баллов, если студент выбрал тему, но изучив её изложил материал с ошибками, слабо отвечает на заданные вопросы.

0 баллов, если содержание реферата не соответствует теме.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде и устно. Количество вопросов в экзаменационном задании – 3. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические задания.

В ходе лекционных занятий рассматривается понятие «конкурентоспособность», методы оценки конкурентоспособности товара и предприятия, способы повышения и поддержания конкурентоспособности предприятий, существующие методы анализа конкурентов, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки поддержания конкурентоспособности товаров и услуг у предприятий различных сфер деятельности.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент может:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;
- подготовить рефераты по требуемым темам.

В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом опроса и посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент может прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами.

Методические рекомендации по написанию реферата

При написании реферата обучающийся приобретает навыки научного изложения материала и умения обобщать факты, делать на их основе теоретические и практические выводы.

Реферат представляет собой небольшое научное исследование, свидетельствующее о знании литературы по предложенной теме, ее основной проблематики, отражающее точку зрения автора на данную проблему, умение применять теоретические знания на примере конкретных предприятий. При подготовке к написанию работы студент (обучающийся) должен изучить необходимую литературу по предмету реферативного исследования, кратко и ясно изложить мнения различных исследователей и, по возможности, дать свое понимание заданной проблемы, применить имеющиеся методики на примере конкретных предприятий.

Реферат выполняется на стандартных листах бумаги формата А4 (210х297 мм ± 10 мм).

Общий объем реферата должен быть 10-20 страниц. Печать производится через 1,5 интервала, размер шрифта 14, с выравниванием по ширине. Левое поле листа 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее 20 мм. Текст должен оформляться абзацами с отступом 1,25 см.

Основные требования к содержанию реферата:

- материал, использованный в реферате, должен строго относиться к выбранной теме;
- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.);
- при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения;
- в реферате должны быть показаны умение и навыки применения методик на примере конкретных предприятий;
- реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому

вопросу, с которой студенты (обучающиеся) согласны, а также выводов и рекомендаций по управлению конкурентоспособности выбранного предприятия.

Структура реферата:

- 1) Титульный лист.
- 2) Оглавление.
- 3) Введение.
- 4) Основная часть.
- 5) Заключение.
- 6) Список использованных источников.
- 7) Приложения (при необходимости).