

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КЕРЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МОРСКОЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГМТУ»)**

Технологический факультет
Кафедра экономики предприятия



УТВЕРЖДАЮ

Декан технологического факультета

Н. А. Логунова

23.05 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ (ОРГАНИЗАЦИИ)

Уровень основной образовательной программы – магистратура

Направление подготовки – 38.04.01 «Экономика»

Магистерская программа – «Функционирование и развитие хозяйствующих субъектов региона»

Статус дисциплины – вариативная

Учебный план 2017 года

Описание учебной дисциплины по формам обучения

Очная										Заочная												
Курс	Семестр	Всего часов / зач. единиц	Всего аудиторных часов	Лекции, часов	Лабораторные работы, часов	Практические занятия, часов	Семинары, часов	Самостоятельная работа, часов	КП (КР), (+,-)	Семестровый контроль, (вид, часов)	Курс	Семестр	Всего часов / зач. единиц	Всего аудиторных часов	Лекции, часов	Лабораторные работы, часов	Практические занятия, часов	Семинары, часов	Самостоятельная работа, часов	КП (КР), (+,-)	Контрольная работа, (+,-)	Семестровый контроль, (вид, часов)
2	3	108/3	30	10	-	20	-	78	-	зач. с оц.	2	4	108/3	20	8	-	12	-	84	-	+	зач. с оц. (4)
Всего		108/3	30	10	-	20	-	78	-	-	Всего		108/3	20	8	-	12	-	84	-	+	4
в т. ч. в интерактивной форме			16	6	-	10	-	-	-	-	в т. ч. в интерактивной форме			10	4	-	6	-	-	-	-	-

Рабочая программа составлена на основании ФГОС ВО, рабочего учебного плана с учетом требований ООП.

Программу разработали: Демчук О.В., д-р экон. наук, профессор кафедры экономики предприятия, Павлив А.И., ассистент кафедры экономики предприятия

Рассмотрено на заседании выпускающей кафедры экономики предприятия ФГБОУ ВО «КГМТУ»

Протокол № 9 от 05.04 2017 г. Зав. кафедрой Демчук О.В.

Согласовано: Начальник УМУ 10.04.17 Е. Ю. Девятова

(дата, подпись)

1 Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов навыков в принятии управленческих решений, позволяющих повысить конкурентоспособность организаций.

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомление студентов с основными концепциями конкурентоспособности предприятия;
- рассмотрение конкурентных стратегий развития предприятий;
- изучение принципов формирования конкурентоспособности предприятия в рамках международного сотрудничества;
- формирование навыка к принятию решений финансового и стратегического характера.

2 Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью предприятия (организации)» является вариативной.

Изучение дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятия (организации)» базируется на знаниях, полученных студентами ранее в области следующих учебных дисциплин: «Теория организации и организационное поведение», «Микроэкономика (продвинутый уровень)».

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью предприятия (организации)» формирует базовые знания для овладения специальными профессиональными навыками, формируемые дисциплинами «Антикризисное управление предприятием (организацией)», «Стратегическое управление предприятием (организацией)».

3 Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-1	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-7	способностью разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках
ПК-8	способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне

В результате освоения дисциплины студент должен:

ЗНАТЬ:

- основные понятия конкуренции, факторы, оказывающие влияние на уровень конкурентоспособности;
- пути повышения уровня конкурентоспособности организации, методы его анализа;
- методики оценки конкурентоспособности организации;

УМЕТЬ:

- оценивать конкурентоспособность товара;
- разрабатывать системы мероприятий по повышению конкурентоспособности;

- анализировать конкурентную среду;
- разрабатывать варианты управленческих решений в области обеспечения конкурентоспособности организации и обосновывать их выбор;
- разрабатывать с учетом маркетинговых данных перспективные планы развития организации;

ВЛАДЕТЬ:

- специальной экономической терминологией по управлению конкурентоспособностью;
- навыками самостоятельного поиска информации по данной проблематике;
- методиками оценки конкурентоспособности организации, анализа конкурентной среды;
- методами выбора эффективных мероприятий по повышению конкурентоспособности организации.

4 Структура учебной дисциплины

Наименования разделов, тем	Общее количество часов	Количество зачетных единиц	Очная форма						Заочная форма					
			Распределение часов по видам занятий						Распределение часов по видам занятий					
			Ауд.	ЛК	ЛР	ПЗ (сем)	СР	Контроль	Ауд.	ЛК	ЛР	ПЗ (сем)	СР	Контроль
Семестр			3						4					
Тема 1. Роль конкуренции в развитии рыночной экономики	14	0,39	4	2	-	2	10	-	2	1	-	1	12	-
Тема 2. Иерархическая структура конкурентоспособности	16	0,44	6	2	-	4	10	-	2	1	-	1	14	-
Тема 3. Формирование и функционирование рынка	14	0,39	4	2	-	2	10	-	3	1	-	2	11	-
Тема 4. Конкурентные рынки и их структура	16	0,44	6	2	-	4	10	-	3	1	-	2	13	-
Тема 5. Конкурентная стратегия	14	0,39	2	-	-	2	12	-	3	1	-	2	11	-
Тема 6. Формирование конкурентной среды в регионе	14	0,39	4	2	-	2	10	-	4	2	-	2	10	-
Тема 7. Маркетинговые исследования	16	0,44	4	-	-	4	12	-	3	1	-	2	13	-
Форма контроля: зачет с оценкой	4	0,11	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	4
Всего часов в семестре	108	3,00	30	10	-	20	78	-	20	8	-	12	84	-
Всего часов по дисциплине	108	3,00	30	10	-	20	78	-	20	8	-	12	84	4

5 Содержание лекций

№	Наименование темы	Количество часов по формам обучения	
		очная	заочная
1	Тема 1. Роль конкуренции в развитии рыночной экономики 1.1 Конкуренция: понятие и виды 1.2 Научные подходы к управлению конкурентоспособностью 1.3 Эволюция концепций конкурентных преимуществ	2	1
2	Тема 2. Иерархическая структура конкурентоспособности 2.1 Конкурентоспособность как показатель развития экономической системы 2.2 Национальная конкурентоспособность 2.3 Конкурентоспособность региона 2.4 Конкурентоспособность отрасли 2.5 Конкурентоспособность организации	2	1
3	Тема 3. Формирование и функционирование рынка 3.1 Рынок как внешняя среда организации 3.2 Продуктовые и географические границы рынка 3.3 Конкурентные силы рынка 3.4 Инфраструктура товарного рынка	2	1
4	Тема 4. Конкурентные рынки и их структура 4.1 Монополия 4.2 Олигополия 4.3 Монополистическая конкуренция 4.4 Совершенная конкуренция	2	1
5	Тема 5. Конкурентная стратегия 5.1 Стратегические конкурентные преимущества 5.2 Стратегический выбор на конкурентных рынках 5.3 Конкурентная разведка и методика анализа конкурента 5.4 Виды конкурентных стратегий	-	1
6	Тема 6. Формирование конкурентной среды в регионе 6.1 Конкурентная среда региона 6.2 Основные направления антимонопольной политики 6.3 Роль регионального маркетинга в системе преобразований 6.4 Система обеспечения конкурентоспособности региона	2	2
7	Тема 7. Маркетинговые исследования 7.1 Сущность маркетинговых исследований 7.2 Процесс маркетинговых исследований 7.3 Классификация маркетинговых исследований 7.4 Методы сбора маркетинговой информации	-	1
Всего часов		10	8

6 Темы лабораторных занятий

Не предусмотрены учебным планом.

7 Темы практических занятий

№	Наименование темы	Количество часов по формам обучения	
		очная	заочная
1	Роль конкуренции в развитии рыночной экономики	2	1
2	Иерархическая структура конкурентоспособности	4	1
3	Формирование и функционирование рынка	2	2
4	Конкурентные рынки и их структура	4	2
5	Конкурентная стратегия	2	2
6	Формирование конкурентной среды в регионе	2	2
7	Маркетинговые исследования	4	2
Всего часов		20	12

8 Темы семинарских занятий

Не предусмотрены учебным планом.

9 Содержание и объем самостоятельной работы студента

Тема	Трудоемкость самостоятельной работы, час.		Литература	Содержание работы
	очная	заочная		
Тема 1. Роль конкуренции в развитии рыночной экономики	10	12	[1, с. 36-39], [7], [10]	Конкуренция: понятие и виды. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью. Эволюция концепций конкурентных преимуществ
Тема 2. Иерархическая структура конкурентоспособности	10	14	[3, с. 125-133], [10], [11], [12], [13]	Конкурентоспособность как показатель развития экономической системы. Национальная конкурентоспособность. Конкурентоспособность региона. Конкурентоспособность отрасли. Конкурентоспособность организации
Тема 3. Формирование и функционирование рынка	10	11	[10], [11], [14]	Рынок как внешняя среда организации. Продуктовые и географические границы рынка. Конкурентные силы рынка. Инфраструктура товарного рынка
Тема 4. Конкурентные рынки и их структура	10	13	[1, с. 182-187], [7], [10], [12]	Монополия. Олигополия. Монополистическая конкуренция. Совершенная конкуренция
Тема 5. Конкурентная стратегия	12	11	[1, с. 44-51], [2, с. 122-136], [10], [11]	Стратегические конкурентные преимущества. Стратегический выбор на конкурентных рынках. Конкурентная разведка и методика анализа конкурента. Виды конкурентных стратегий

Тема	Трудоемкость самостоятельной работы, час.		Литература	Содержание работы
Тема 6. Формирование конкурентной среды в регионе	10	10	[3, с. 75-112], [14]	Конкурентная среда региона. Основные направления антимонопольной политики. Роль регионального маркетинга в системе рыночных преобразований. Система обеспечения конкурентоспособности региона
Тема 7. Маркетинговые исследования	12	13	[5, с. 102-123], [6], [9], [14]	Сущность маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований. Классификация маркетинговых исследований. Методы сбора маркетинговой информации
Форма контроля	4	-	[1-14]	Подготовка к зачету
Всего часов	78	84		

10 Индивидуальные задания

Индивидуальные задания выполняются студентом заочной формы обучения в виде контрольных работ. Требования к оформлению контрольных работ изложены в «Положении о порядке оформления студенческих работ».

11 Методы обучения

Основными формами изучения дисциплины являются: чтение лекций, проведение практических занятий, самостоятельная работа студентов. Основным способом изучения дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятия (организации)» являются лекции, которые проводятся в лекционных аудиториях. Теоретические положения лекционного материала рассматриваются на конкретных примерах.

Часть лекционных занятий проводится с использованием интерактивных форм обучения, таких как: лекция с обратной связью.

Практические занятия ориентированы на закрепление полученных теоретических знаний. Во время практических занятий студенты имеют возможность обсудить основные положения темы. В ходе практических занятий проводятся экспресс-опросы студентов, которые позволяют оценить уровень усвоения материала по теме.

Часть практических занятий проводится с использованием интерактивных форм обучения, таких как: дебаты, обсуждение и разрешение проблемных ситуаций, выполнение творческих заданий.

В результате выполнения практических заданий студенты получают навыки использования специальной экономической литературы, оформления контрольной работы (по результатам изучения теоретических вопросов на практических занятиях), исследовательской работы (с учетом самостоятельной работы студента).

По каждой теме дисциплины в течение семестра осуществляется контроль формирования соответствующих знаний, умений и навыков – в виде тестирования.

Формой семестрового контроля знаний по дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятия (организации)» является зачет с оценкой.

12 Учебно-методическое обеспечение

Основная литература:

1. Дюков, И.И. Управление конкурентоспособностью компании. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — СПб. : НИУ ИТМО, 2011. — 100 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/43838> — Загл. с экрана.

2. Карпов, А.Л. Конкурентоспособность: тактика и стратегия промышленного предприятия: монография. [Электронный ресурс] : моногр. — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2015. — 180 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/12803> — Загл. с экрана.

3. Моргунов, В.И. Конкурентоспособность менеджмента на основе современных форм и методов управления предприятиями. [Электронный ресурс] : моногр. / В.И. Моргунов, Г.В. Моргунов. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/70533> — Загл. с экрана.

Дополнительная литература:

4. Беляков, В.П. Повышение конкурентоспособности производственных систем. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В.П. Беляков, Э.Н. Рыжаков. — Электрон. дан. — М. : Палеотип, 2015. — 148 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/55174> — Загл. с экрана.

5. Внешнеэкономические аспекты модернизации и конкурентоспособности в мировой экономике. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И.Н. Платонова [и др.]. — Электрон. дан. — М. : МГИМО, 2012. — 216 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/46302> — Загл. с экрана.

6. Головачев, А.С. Конкурентоспособность организации. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Минск : "Вышэйшая школа", 2012. — 319 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/65237> — Загл. с экрана.

7. Мигачёв, Б.С. Конкурентоспособность: Учеб. пособие. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : АСМС, 2009. — 64 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69258> — Загл. с экрана.

8. Парамонова, Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2013. — 120 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/53437> — Загл. с экрана.

13 Информационные ресурсы

1. Всероссийский экономический журнал. — Режим доступа: <http://www.econom.nsc.ru/eco/> (Дата обращения 02.04.2017 г.).

2. Журнал «Экономическая наука современной России». — Режим доступа: <http://www.cemi.rssi.ru/ecr/> (Дата обращения 02.04.2017 г.).

3. Макроэкономическая статистика России (на сайте Экономической экспертной группы Министерства финансов РФ). — Режим доступа: <http://www.eeg.ru>. (Дата обращения 02.04.2017 г.).

4. Официальный сайт журнала «Вопросы экономики». — Режим доступа: <http://www.vopreco.ru> (Дата обращения 02.04.2017 г.).

5. Официальный сайт журнала «Налоги, инвестиции, капитал». — Режим доступа: <http://nic.pirit.info/index.htm> (Дата обращения 02.04.2017 г.).

6. Официальный сайт журнала «Проблемы современной экономики». — Режим доступа: <http://www.m-economy.ru> (Дата обращения 02.04.2017 г.).

7. Официальный сайт журнала «Эксперт-Сибирь». — Режим доступа: <http://www.expert.ru/siberia/> (Дата обращения 02.04.2017 г.).

8. Официальный сайт научной электронной библиотеки. — Режим доступа: <http://www.elibrary.ru> (Дата обращения 02.04.2017 г.).

9. Официальный сайт о Российских особых экономических зонах. — Режим доступа: <http://www.rosez.ru> (Дата обращения 02.04.2017 г.).

10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. — Режим доступа: <http://www.gks.ru> (Дата обращения 18.02.2016 г.).

11. Электронно-библиотечная система издательства «Лань». — Режим доступа: <http://e.lanbook.com> (Дата обращения 02.04.2017 г.).

14 Материально-техническое обеспечение и информационные технологии


Учебные занятия проводятся в закрепленных за кафедрой аудиториях согласно расписанию. При подготовке по данной дисциплине используется:

- таблично-графический материал;
- аудиторный фонд (столы, стулья, доска);
- информационно-аналитическая база действующих предприятий и организаций Республики Крым.

Информационные технологии и программное обеспечение не применяются.

Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы издательства «Лань».

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КЕРЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МОРСКОЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГМТУ»)
Технологический факультет
Кафедра экономики предприятия**

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой
экономики предприятия
 О.В. Демчук
05.04. 2017 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятия
(организации)»**

**для направления 38.04.01 «Экономика»
Магистерская программа «Функционирование и развитие хозяйствующих
субъектов региона»
(приложение 1 к рабочей программе дисциплины)**

Керчь, 2017 г.

**Паспорт
фонда оценочных средств
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«Управление конкурентоспособностью предприятия (организации)»**

1 Модели контролируемых компетенций:

1.1 Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины (3, 4 семестры):

Код	Формулировка компетенции
Общекультурные компетенции (ОК)	
ОК-1	способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)	
ОПК-1	готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
Профессиональные компетенции (ПК)	
ПК-7	способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках
ПК-8	способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне

2 В результате изучения дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятия (организации)» обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- основные понятия конкуренции, факторы, оказывающие влияние на уровень конкурентоспособности;
- пути повышения уровня конкурентоспособности организации, методы его анализа;
- методики оценки конкурентоспособности организации;

УМЕТЬ:

- оценивать конкурентоспособность товара;
- разрабатывать системы мероприятий по повышению конкурентоспособности;
- анализировать конкурентную среду;
- разрабатывать варианты управленческих решений в области обеспечения конкурентоспособности организации и обосновывать их выбор;
- разрабатывать с учетом маркетинговых данных перспективные планы развития организации;

ВЛАДЕТЬ:

- специальной экономической терминологией по управлению конкурентоспособностью;
- навыками самостоятельного поиска информации по данной проблематике;
- методиками оценки конкурентоспособности организации, анализа конкурентной среды;
- методами выбора эффективных мероприятий по повышению конкурентоспособности организации.

3 Программа оценивания контролируемой компетенции:

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Тема 1. Роль конкуренции в развитии рыночной экономики Тема 2. Иерархическая структура конкурентоспособности Тема 3. Формирование и функционирование рынка	ОК-1, ОПК-1	устный опрос, реферат, дискуссия, тестирование
2	Тема 4. Конкурентные рынки и их структура Тема 5. Конкурентная стратегия	ПК-7, ПК-8	устный опрос, реферат, дискуссия, тестирование, прочие (решение задач)
3	Тема 6. Формирование конкурентной среды в регионе Тема 7. Маркетинговые исследования	ПК-7, ПК-8	устный опрос, реферат, дискуссия, тестирование, прочие (решение задач)

4 Перечень вопросов, выносимых на семестровый контроль

(зачет с оценкой 3 семестр – очное отделение, 4 семестр – заочное отделение)

1. Конкуренция: понятие и виды.
2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью.
3. Эволюция концепций конкурентных преимуществ
4. Конкурентоспособность как показатель развития экономической системы.
5. Национальная конкурентоспособность.
6. Конкурентоспособность региона.
7. Конкурентоспособность отрасли.
8. Конкурентоспособность организации
9. Рынок как внешняя среда организации.
10. Продуктовые и географические границы рынка.
11. Конкурентные силы рынка.
12. Инфраструктура товарного рынка
13. Монополия.
14. Олигополия.
15. Монополистическая конкуренция.
16. Совершенная конкуренция
17. Стратегические конкурентные преимущества.
18. Стратегический выбор на конкурентных рынках.
19. Конкурентная разведка и методика анализа конкурента.
20. Виды конкурентных стратегий
21. Конкурентная среда региона.
22. Основные направления антимонопольной политики.
23. Роль регионального маркетинга в системе рыночных преобразований
24. Система обеспечения конкурентоспособности региона
25. Сущность маркетинговых исследований.
26. Процесс маркетинговых исследований.
27. Классификация маркетинговых исследований.
28. Методы сбора маркетинговой информации

Критерии оценивания при проведении промежуточной аттестации (зачет с оценкой):

Ответ оценивается на «отлично», если студент глубоко и прочно усвоил учебный материал рабочей программы дисциплины, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с решением практических задач и способен обосновать принятые решения, не допускает ошибок.

Ответ оценивается на «хорошо», если студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу его излагает, не допускает существенных неточностей при ответах, умеет грамотно применять теоретические знания на практике, а также владеет необходимыми навыками решения практических задач.

Ответ оценивается на «удовлетворительно», если студент освоил только основной материал, однако не знает отдельных деталей, допускает неточности и некорректные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения при выполнении практических заданий.

Ответ оценивается на «неудовлетворительно», если студент не усвоил отдельных разделов учебного материала рабочей программы учебной дисциплины, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания.

5 Перечень вопросов для устного опроса

1. Теоретические модели конкуренции.
2. Развитие конкуренции на российском рынке. Объективные предпосылки усиления конкуренции: макроэкономические, микроэкономические.
3. Государственное регулирование конкурентных отношений: законодательство, государственные органы и их структура.
4. Проблемы развития конкуренции на отраслевых рынках: экономические, административные, организационные, структурные, природные и экологические факторы, факторы неправового характера.
5. Сущность научных подходов к управлению конкурентоспособностью.
6. Теоретические разработки, предшествовавшие концепциям конкурентоспособности.
7. Конкурентоспособность как показатель развития экономической системы.
8. Национальная конкурентоспособность: понятие, конкурентные преимущества, показатели, система экономических индикаторов, принципы оценки конкурентоспособности. Проблемы повышения конкурентоспособности России.
9. Конкурентоспособность регионов и отраслей: понятие, группы факторов их определяющие. Основные группы показателей. Уровни конкурентоспособности отрасли, региона, города.
10. Конкурентоспособность организации: понятие, внешние и внутренние факторы. Методы и оценка конкурентной позиции организации на отраслевом рынке.
11. Система обеспечения конкурентоспособности организации: оперативный, тактический, стратегический уровни.
12. Конкурентоспособность товара: понятие, факторы, способы оценки, показатели.
13. Конкурентоспособность персонала.
14. Конкурентное преимущество: понятие, стадии формирования, формы проявления. Типология классификаций конкурентных преимуществ объектов.
15. Технологичный подход к формированию конкурентных преимуществ. Технологии поиска конкурентных преимуществ.
16. Методы оценки конкурентоспособности объектов: сущность, актуальность, принципы оценки.
17. Рынок как внешняя среда организации. Рынок: сущность, функции, формы. Характеристика различных форм рынка.
18. Анализ реакции конкурента на действия фирмы в условиях олигополии.
19. Выбор стратегии поведения фирмы в зависимости от силы конкуренции на рынках продавцов и покупателей.

20. Классификация конкурентных стратегий.
21. Комплексное использование конкурентных преимуществ. Рекламная поддержка стратегии конкуренции.
22. Конкурентная среда региона. Эффективная рыночная конкурентная среда: понятие структура. Факторы, влияющие на формирование конкурентной среды региона.
23. Основные направления антимонопольной политики: определение, законодательство, функции, государственные органы, направления.
24. Понятие, виды технического регулирования как фактора конкурентоспособности. Характеристика технического регулирования: законодательство, стандартизация.
25. Повышение эффективности работы аппарата управления — важнейший фактор устойчивой конкурентоспособности: процесс управления, виды документов,
26. Состав и сопоставление традиционного и инновационного подходов в менеджменте.
27. Оптимизация управленческих решений как фактор конкурентоспособности.
28. Сравнительные особенности традиционного и современного подходов управления персоналом.
29. Схема организации производства труда служащих в производственном процессе. Схема анализа и совершенствования организации труда руководителя.
30. Развитие инновационной модели управления предприятием.
31. Задачи и система управления качеством продукции предприятия. Служба качества предприятия.
32. Этапы деятельности предприятий по улучшению качества. Разработка системы качества.

Критерии оценивания при устном опросе:

«зачтено» – вопрос раскрыт, студент свободно владеет материалом (глубиной и правильностью понимания основных проблем по данному вопросу, владеет терминологией), соблюдены логическая последовательность и связность изложения;

«не зачтено» – вопрос не раскрыт, не соблюдены логическая последовательность и связность его изложения, студент не владеет материалом.

6 Темы рефератов

1. Формы и методы конкурентной борьбы на национальном и международных рынках.
2. Факторы, определяющие конкурентную борьбу на целевых рынках.
3. Конкурентоспособность продукта (услуги) и факторы ее определяющие.
4. Кластеры и конкурентная политика региона (города).
5. Формирование кластеров и международная конкурентоспособность.
6. Особенности международной конкурентной политики страны с переходной экономикой.
7. Конкурентные преимущества предприятия: анализ, способы оценки и прогнозирования.
8. Маркетинговая политика предприятия как элемент конкурентной стратегии развития предприятия.
9. Адаптация предприятия в конкурентной среде
10. Аутсорсинг, как способ повышения конкурентоспособности.
11. Роль логистики в обеспечении конкурентных позиций на рынке.
12. Несовершенная конкуренция и ее ограничения.
13. Типы рынков и конкуренция в теории и на практике.
14. Оценка эффективности реализации конкурентной стратегии предприятия.
15. Ценообразование в конкурентной стратегии
16. Специфика ценовых и неценовых приемов конкурентной борьбы.
17. Особенности конкуренции транснациональных компаний.
18. Технополисы и технопарки в России
19. Деятельность наукоградов в России
20. Методы проектирования информационных систем.

21. Характеристика шопинга как феномена покупательского поведения
22. Системы внутренней и внешней маркетинговой информации.
23. Особенности слепокупочного поведения потребителя.

Критерии оценивания рефератов:

«зачтено» – реферат выполнен самостоятельно, соответствует содержанию темы, информативен, обоснован выбор литературных источников, материал изложен логично, аргументированно, объективно, оформление реферата соответствует Положению о порядке оформления студенческих работ;

«не зачтено» – реферат не соответствует теме, большая часть материала заимствована из сети Интернет, нет ссылок на литературные источники, оформление реферата не соответствует Положению о порядке оформления студенческих работ.

7 Перечень вопросов для дискуссии

1. Перечислите известные вам подходы к определению сущности конкуренции.
2. Перечислите известные вам виды конкуренции.
3. Проведите сравнительный анализ ценовой и неценовой конкуренции.
4. Обоснуйте научные подходы к управлению конкурентоспособностью.
5. Опишите модель «национального ромба» М. Портера.
6. Проанализируйте стадии формирования конкурентных преимуществ.
7. На основе каких показателей, определяется национальная конкурентоспособность?
8. Какие показатели позволяют оценить конкурентоспособность отрасли?
9. Какова роль инноваций в повышении конкурентоспособности отраслей?
10. В чем отличие каждой из четырех стратегий обеспечения конкурентоспособности организации?
11. Каким образом факторы макросреды и микросреды влияют на деятельность организации?
12. Как определить продуктовые границы рынка?
13. Приведите признаки единого географического рынка.
14. Перечислите и раскройте типы входных барьеров.
15. Перечислите и охарактеризуйте элементы инфраструктуры товарного рынка.
16. Перечислите основные причины возникновения монополий.
17. Каким образом государство регулирует деятельность монополий?
18. Приведите примеры ценовой дискриминации.
19. Раскройте сущность «теории игр».
20. Проанализируйте сущность матрицы «рост рынка – доля рынка».
21. Раскройте сущность стратегического управления.
22. Для чего необходимо осуществлять конкурентную разведку?
23. В чем заключается методика анализа конкурента?
24. Перечислите известные вам виды конкурентных стратегий.
25. Какие факторы оказывают влияние на формирование конкурентной среды в регионе?
26. Какие элементы входят в структуру механизма формирования конкурентной среды региона?
27. Какие действия могут быть предприняты по отношению к доминирующим организациям?
28. Каковы цели и принципы регионального маркетинга?
29. Проанализируйте основные составляющие системы обеспечения конкурентоспособности региона?
30. Для чего проводятся маркетинговые исследования?
31. Какова структура процесса маркетингового исследования?
32. Перечислите виды маркетинговых исследований.
33. Каковы особенности работы с количественной информацией?
34. Охарактеризуйте качественные методы сбора информации.
35. Каким образом осуществляется сбор информации при проведении кабинетных

маркетинговых исследований?

Критерии оценивания дискуссии:

«зачтено» – вопрос раскрыт, студент свободно владеет материалом (глубиной и правильностью понимания основных проблем по вопросу, владеет терминологией), соблюдены логическая последовательность и связность изложения, а также временные параметры и требования к объёму текста;

«не зачтено» – вопрос не раскрыт, не соблюдены логическая последовательность и связность изложения, студент не владеет материалом.

8 Задачи для текущего контроля

Задача 1

Рассчитать индекс концентрации и индекс Херфиндаля-Хиршмана для 4 крупных фирм в двух отраслях на основании следующих данных и сделайте вывод.

В обеих отраслях функционирует по 10 фирм. При этом в 1 отрасли рыночная доля самой крупной формы равна 49%, а трех последующих, соответственно, по 7% и оставшиеся фирмы - по 5%. Во 2 отрасли каждая из четырех крупных фирм занимает 19%, а доля следующей по величине фирмы составляет 14%. Оставшиеся 5 мелких фирм поровну разделили 10% рынка.

Задача 2

Рассчитать величину показателей концентрации товарного рынка (индекс концентрации и индекс Херфиндаля-Хиршмана). Оценить положение предприятия на рынке.

Исходные данные:

Таблица 1 – Доли действующих на рынке субъектов

№ субъекта	1	2	3	4	5
Доля	15 %	7 %	33 %	25 %	20 %

Задача 3

Оцените устойчивость (колеблемость) цен на рынке товара «L» по следующим данным:

Таблица 1 – Вариация цен

Магазины	№1	№2	№3	№4	№5	№6
Цена товара, руб./кг	14	10	18	10	7	12
Продажа, т	35	31	19	33	38	28

Сделайте вывод о состоянии рынка и колеблемости цен.

Задача 4

Определить величину индекса Херфиндаля-Хиршмана для 12 предприятий, реализующих товар на рынке. Оценить возможность слияния:

а) 1-й и 3-й организации;

б) 4-1 и 6-1 организации при следующих исходных данных:

1) общий удельный вес продаваемой (выпущенной) продукции организациями отрасли – 100 %;

2) удельный вес продаваемой продукции каждым отдельным предприятием на рынке приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Доли рынка предприятий-участников рынка

№ предприятия	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Доля рынка, %	23	17	12	10	9	8	7	5	3	2	2	2

3) слияние (объединение) отдельных организаций разрешается при условии, если общие значения индекса Херфиндаля-Хиршмана не превышает 1800 ед.

Задача 5

В процессе маркетингового исследования рыночной ситуации требуется определить, сколько потребуется анкет для получения обоснованного вывода о спросе на товар Q ? При этом известны следующие характеристики:

массив покупателей (генеральная совокупность) — 100 тыс. чел. ($N = 100000$);

выборочная дисперсия (определенная по прошлым исследованиям — σ^2) составила: ± 2500 руб.;

коэффициент доверия: $t = 2$;

задаваемая (предельная) ошибка выборки: $\Delta = 1$.

Задача 6

Товарооборот фирмы (по декадам) составил:

Таблица 1 – Товарооборот фирмы

Декады	1-я	2-я	3-я	4-я	5-я
Продажа, млн. руб.	24	31	33	40	46

По приведенным данным построить трендовую модель товарооборота и прогноз на 6-ю декаду (методом экстраполяции)

Задача 7

Рассчитайте средний балл риска выпуска нового товара по данным следующих экспертных оценок:

№	Факторы риска	Баллы	Ранги
1	Емкость рынка сбыта	8	0,10
2	Тенденции спроса	5	0,10
3	Устойчивость цен	7	0,10
4	Конкурентоспособность товара	8	0,20
5	Финансово-кредитный потенциал фирмы	7	0,10
6	Надежность и привлекательность дистрибьютора	5	0,05
7	Эффективность маркетинговой службы	4	0,05
8	Уровень сервиса	6	0,05
9	Интенсивность конкуренции	8	0,20
10	Имидж фирмы	3	0,05

Охарактеризуйте общий уровень риска в соответствии со следующей шкалой границ рынка:

Границы зон риска	0—2,5	2,6—5,0	5,1—7,5	7,6—10,0
Зоны риска	Минимального	Повышенного	Критического	Недопустимого

Задача 8

Связь между спросом (продажей), доходом и ценой товара L выражает следующее многофакторное уравнение регрессии:

$$y(x_1; x_2) = 150 + 1,3x_1 - 14x_2,$$

где x_1 — доход (средний доход равен 250 руб./чел.);

x_2 — цена товара (средняя цена равна 20 руб./ед.).

Рассчитать теоретические коэффициенты эластичности.

Критерии оценивания решения задач:

«отлично» – все задачи решены полностью, т.е. получен правильный ответ, представлен развернутый алгоритм решения и сделаны соответствующие выводы;

«хорошо» – задания выполнены на 70-89 % от базовых условий отличной оценки;

«удовлетворительно» – задания выполнены на 50-69 % от базовых условий отличной оценки;

«неудовлетворительно» – задание выполнено менее чем на 50 % от базовых условий отличной оценки.

9 Комплексные тесты для контроля остаточных знаний

1. Согласно модели «системной конкурентоспособности» по Л. Андреевой, макроуровень — это:

а) формы политической и экономической организации, направленные на экономическое развитие (социокультурные факторы, взаимодействие политических и экономических организаций);

б) стабильные общие ориентированные на обеспечение макроэкономические, политические и правовые условия (политика, бюджетная, денежная, налоговая, валютная, конкуренции, торговая);

в) целенаправленная политика по повышению конкурентоспособности отдельных сфер экономики (в сфере инфраструктуры, в сфере образования технологическая, промышленная, региональная, внешнеэкономическая).

2. Показатель, включающий в себя инвестиции в сферу науки и научного обслуживания, инвестиции в технологическую подготовку производства новой продукции, пробное производство и испытания, инвестиции на внедрение в производство продуктов-инноваций и процессов-инноваций:

а) инвестиционный;

б) кадровый;

в) производственный;

г) технологический.

3. Коэффициент концентрации рынка – это:

а) соотношение продаж предприятиями, имеющими самые значительные доли рынка, к общему объему продаж

б) отношение численности предприятий, к общему их положению на рынке, характеризует уровень монополизации

в) отношение числа крупных предприятий на рынке и контролируемой ими доли реализации товара

г) степень распределения единиц совокупности по уровню признака

4. Производственная инфраструктура – это:

а) совокупность отраслей и подотраслей, обеспечивающих материальные, культурно-бытовые условия для размещения и нормальной жизнедеятельности населения

б) учреждения, обеспечивающие управление народным хозяйством региона и формируется из организаций, регулирующих экономику, учреждений финансово-кредитной системы

в) сооружения, объекты, предназначенные для охраны, воспроизводства и улучшения окружающей среды

г) совокупность отраслей и подотраслей, основными функциями которых являются производственные услуги и обеспечение экономического оборота в народном хозяйстве

5. Как называется один из наиболее распространенных методов анализа известный как матрица «рост рынка / доля рынка» или матрица БКГ:

а) портфельный метод анализа;

б) стратегический метод анализа;

- в) статистический метод анализа;
- г) математический метод анализа.

6. Что понимается под элементом системы рыночных отношений, ориентированном на изучение рынка, спроса, цен на продукцию региона, реализации всего его потенциала как с точки зрения внутренних (региональных), так и с точки зрения внешних (за пределами регионами) потребностей»:

- а) региональный маркетинг
- б) конкурентный маркетинг
- в) торговый маркетинг
- г) эффективный маркетинг

7. Что понимается под совокупностью рабочих процессов, методологии, организации, программ работы и элементов аппаратуры, необходимых для ввода и вывода определенных данных согласно требованиям, обусловливаемым характером работы того или иного субъекта?

- а) интегрированная информационная система:
- б) информационная технология
- в) информационно-технологический центр
- г) информационно-инновационная инфраструктура

8. При изучении какого объекта маркетинговых исследований особое внимание уделяется статьям калькуляции, степени влияния конкуренции, поведению и реакция потребителей на цены товаров:

- а) рынок
- б) конкуренты
- в) товар
- г) цена

9. Какие группы маркетинговых исследований направлены на сбор предварительной информации, необходимой для более глубокого понимания проблем и выдвигаемых гипотез, в рамках которых ожидается реализация маркетинговой деятельности?

- а) разведочные
- б) описательные
- в) каузальные
- г) экспериментальные

10. И. Кирцнер утверждал:

а) рынок в течение любого периода времени состоит из взаимодействующих решений потребителей, производителей и собственников ресурсов;

б) конкуренция как конфликт – столкновение противоположных стремлений, интересов и сил, их выражающих;

в) отношение производительной силы к потребительной, так или иначе, проявится в форме состязательности (соревнования), которая по системе экономических параметров имеет обобщенное интегральное определение и называется конкуренцией;

г) под конкуренцией, следует понимать процесс взаимодействия производителей и поставщиков, использующих свои конкурентные преимущества при реализации продукции, а также, соперничество между отдельными производителями или поставщиками товара (услуги) за выбор покупателя.

11. По формам удовлетворения потребностей конкуренция может быть:

- а) умеренная
- б) функциональная
- в) привлекательная
- г) ожесточенная

12. Предприятия, которые предлагают лучшую по качеству продукцию или производят ее с меньшими производственными затратами, получают вознаграждение в виде прибыли, это относится к функции:

- а) контроля
- б) мотивации
- в) распределения
- г) регулирования

13. Процессный подход предполагает:

а) ориентацию развития производства на активизацию инновационной деятельности, в области базовых наукоемких технологий, являющихся двигателями развития производственной системы;

б) определение значимости приоритетов среди факторов конкурентоспособности с целью установления рациональности соотношения и повышения обоснованности распределения ресурсов;

в) применение различных методов управления определяется конкретной ситуацией;

г) рассмотрение планирования, организации процессов, учета и контроля, мотивации, регулирования как взаимосвязанные элементы.

14. В середине 50-х годов XX века доказал, что, во-первых, необходимо учитывать неоднородность факторов производства, прежде всего, рабочей силы, которая может существенно различаться по уровню квалификации), во-вторых, государственная политика способна стимулировать те отрасли, где интенсивно используются относительно дефицитные факторы производства:

- а) К. Ланкастер;
- б) Р. Лукас;
- в) В. Леонтьев;
- г) Ф. Энгельс.

15. К проблемам повышения конкурентоспособности в России относятся:

а) соотношение средних индексов цен на экспортируемые и импортируемые страной товары и услуги;

б) применение к менеджменту и разработке управленческих решений научных подходов;

в) проведение фундаментальных исследований по формированию принципов управления важнейшими экономическими, социально-экономическими, производственными системами;

г) осуществление финансирования образования, науки, развития производства и инфраструктуры в необходимых объемах;

д) все ответы верны.

16. Конкурентоспособность на уровне отрасли можно, также, оценивать, применяя следующие показатели (или их комбинацию):

- а) производительность труда;
- б) удельная оплата труда;
- в) капиталоемкость и наукоемкость;
- г) технический уровень продукции;
- д) все ответы верны.

17. К ресурсному внутреннему фактору конкурентного преимущества относится:

а) информационная и нормативно-методическая база управления;

б) учет и анализ использования всех видов ресурсов по всем стадиям жизненного цикла крупных объектов организации;

в) патентованная технология;

г) анализ выполнения законов организации.

18. Товарный рынок можно определить:

- а) как некую предметную область, в которой складываются три типа отношений;
- б) предметную область, в которой складываются два типа отношений: конкурирующих между собой хозяйствующих субъектов, а также, субъектов с поставщиками ресурсов;
- в) сфера обращения товара, не имеющего заменителей, либо взаимозаменяемых товаров на территории российской федерации или ее части, определяемой, исходя из экономической возможности покупателя, приобрести товар на соответствующей территории и отсутствия этой возможности за ее пределами;
- г) б и в

19. Методы вмешательства для высококонцентрированных рынков при неразвитой конкурентной среде:

- а) контроль рыночного поведения хозяйствующих субъектов, включенных в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих на рынке определенного товара долю более 35 %;
- б) снижение барьеров входа на товарные рынки, включая ослабление тарифных и нетарифных ограничений для международной торговли;
- в) увеличение числа хозяйствующих субъектов, действующих на данном товарном рынке, путем разделения хозяйствующих субъектов, практикующих антиконкурентные действия, или путем поддержки новых хозяйствующих субъектов, желающих вступить на данный товарный рынок;
- г) а,б,в
- д) а и в

20. Условия, при которых возникает власть поставщиков:

- а) на рынке отсутствуют продукты-заменители;
- б) продукт является исходным ресурсом в бизнесе покупателя;
- в) продукция дифференцирована или создает издержки переключения;
- г) выдвигает реальная угроза вертикальной интеграции последующей стадий производства
- д) все варианты верны

21. Сущность какого рынка заключается в действии нескольких поставщиков продукции, причем любой из них имеет возможность существенно повлиять на прибыли остальных конкурентов, и в наличии высоких входных барьеров для вхождения в отрасль:

- а) дуополия
- б) олигополия
- в) совершенная конкуренция
- г) монополия

22. Когда организация-олигополист самостоятельно принимает решение об объемах производства, она должна учесть следствие:

- а) эффект цены
- б) эффект замещения
- в) эффект безработицы
- г) эффект покупателя

23. При каком ценообразовании желаемая предельная норма доходности или процент дохода на инвестируемый капитал прибавляется к средним издержкам для расчета цены продукта

- а) мополистическом
- б) предельном
- в) калькуляционном
- г) эвристическом

24. Потребительский излишек на монопольном рынке равен:

- а) сумме излишка производителей и излишка покупателей
- б) разнице выручки и излишка производителей
- в) разнице между суммой, которую потребители готовы заплатить за товар и реально уплаченной суммой
- г) выручке, полученной за реализованный товар за вычетом издержек его производства

25. В качестве критерия эффективности монопольного рынка и экономического благосостояния следует использовать:

- а) излишек производителей;
- в) потребительский излишек;
- г) общий излишек;
- д) разность общего излишка и потребительского излишка.

26. Стратегические бизнес-единицы, являющиеся лидерами на быстрорастущих рынках это:

- а) собаки;
- б) проблема;
- в) дойные коровы;
- г) звёзды.

27. Определяет соответствующие масштабы производства и определенный товарный ассортимент – это:

- а) преимущества;
- б) сфера деятельности;
- в) доступность рынков;
- г) виды деятельности.

28. Процесс формирования конкурентной стратегии предполагает получение ответов на следующие вопросы:

- а) явная или скрытая текущая стратегия?;
- б) что думает конкурент о целях и возможностях своих конкурентов?;
- в) каковы ключевые факторы конкурентного успеха на рынке?;
- г) каковы возможности и ограничения действующих и потенциальных конкурентов, а также их вероятные будущие действия?

29. Предполагает лидерство в издержках и стремление к высокой доле рынка – это:

- а) стратегия лидерства;
- б) стратегия широкой дифференциации;
- в) стратегия оптимальных издержек;
- г) агрессивная стратегия.

30. Что понимается под совокупностью рыночных сил и факторов, определяющих функционирование хозяйствующих субъектов региональной экономики и их отношения в ходе конкуренции:

- а) конкурентная среда региона
- б) маркетинговая среда региона
- в) экономическая среда региона
- г) демографическая среда региона

31. Как называются центры на свободных площадях организаций, которые сами не способны их содержать, и практикующиеся на оказании комплекса услуг находящимся в них малым предприятиям?

- а) инновационно-технологические центры
- б) инкубатор

- в) инвестиционный центр
- г) технологический парк

32. Какую минимальную долю рынка должен занимать хозяйствующий субъект, чтобы его положение было признано доминирующим?

- а) не менее 35%
- б) не менее 50%
- в) не менее 65%
- г) не менее 80%

33. Сбор информации, ее интерпретация, оценочные и прогнозныe расчеты, выполняемые для маркетинговых служб и руководства фирмы по их заказу – это:

- а) опрос
- б) маркетинговые исследования
- в) продвижение товара
- г) система стимулирования сбыта

34. При выборе варианта проведения маркетингового исследования НЕ учитываются факторы:

- а) стоимость исследования
- б) конфиденциальность
- в) демократичность
- г) степень объективности

35. Метод анализа данных при определении зависимостей одной переменной от другой или нескольких независимых переменных – это:

- а) регрессионный анализ
- б) многомерное шкалирование
- в) дискриминантный анализ
- г) кластерный анализ

Критерии формирования оценок по тестовым заданиям:

«отлично» – получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы 100-90 % от общего объема заданных тестов;

«хорошо» – получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы 89-70 % от общего объема заданных тестов;

«удовлетворительно» – получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы 69-61 % от общего объема заданных тестов;

«неудовлетворительно» – получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы менее 60 % от общего объема заданных тестов.

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КЕРЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МОРСКОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра экономики предприятия

Демчук О.В.

Павлив А.И.

**УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ
ПРЕДПРИЯТИЯ (ОРГАНИЗАЦИИ)**

Методические указания
для обучающихся по освоению дисциплины
(приложение 2 к рабочей программе дисциплины)

для студентов направления 38.04.01 «Экономика»
Магистерская программа «Функционирование и развитие хозяйствующих субъектов
региона»

очной и заочной форм обучения

Керчь, 2017 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1 Общие сведения о дисциплине

1.1 Цели и задачи дисциплины

1.2 Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины

1.3 Тематический план дисциплины, распределение трудоемкости по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы

1.4 Общие рекомендации к аудиторным занятиям и самостоятельной работе

1.5 Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине

1.6 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

1 Общие сведения о дисциплине

1.1 Цели и задачи дисциплины

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью предприятия (организации)» является вариативной.

Изучение дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятия (организации)» базируется на знаниях, полученных студентами ранее в области следующих учебных дисциплин: «Теория организации и организационное поведение», «Микроэкономика (продвинутый уровень)».

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью предприятия (организации)» формирует базовые знания для овладения специальными профессиональными навыками, формируемые дисциплинами «Антикризисное управление предприятием (организацией)», «Стратегическое управление предприятием (организацией)».

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов навыков в принятии управленческих решений, позволяющих повысить конкурентоспособность организаций. Задачи изучения дисциплины:

- ознакомление студентов с основными концепциями конкурентоспособности предприятия;
- рассмотрение конкурентных стратегий развития предприятий;
- изучение принципов формирования конкурентоспособности предприятия в рамках международного сотрудничества;
- формирование навыка к принятию решений финансового и стратегического характера.

1.2 Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции, формирующиеся при изучении дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятия (организации)»

Шифр компетенции по ФГОС	Характеристика
Общекультурные компетенции (ОК)	
ОК-1	способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)	
ОПК-1	готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
Профессиональные компетенции (ПК)	
ПК-7	способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках
ПК-8	способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне

В результате изучения дисциплины студент должен:

ЗНАТЬ:

- основные понятия конкуренции, факторы, оказывающие влияние на уровень конкурентоспособности;
- пути повышения уровня конкурентоспособности организации, методы его анализа;
- методики оценки конкурентоспособности организации;

УМЕТЬ:

- оценивать конкурентоспособность товара;
- разрабатывать системы мероприятий по повышению конкурентоспособности;

- анализировать конкурентную среду;
- разрабатывать варианты управленческих решений в области обеспечения конкурентоспособности организации и обосновывать их выбор;
- разрабатывать с учетом маркетинговых данных перспективные планы развития организации;

ВЛАДЕТЬ:

- специальной экономической терминологией по управлению конкурентоспособностью;
- навыками самостоятельного поиска информации по данной проблематике;
- методиками оценки конкурентоспособности организации, анализа конкурентной среды;
- методами выбора эффективных мероприятий по повышению конкурентоспособности организации.

1.3 Тематический план дисциплины, распределение трудоемкости по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы

Наименования разделов, тем	Общее количество часов	Количество зачетных единиц	Очная форма						Заочная форма					
			Распределение часов по видам занятий						Распределение часов по видам занятий					
			Ауд.	ЛК	ЛР	ПЗ (сем)	СР	Контроль	Ауд.	ЛК	ЛР	ПЗ (сем)	СР	Контроль
Семестр			3						4					
Тема 1. Роль конкуренции в развитии рыночной экономики	14	0,39	4	2	-	2	10	-	2	1	-	1	12	-
Тема 2. Иерархическая структура конкурентоспособности	16	0,44	6	2	-	4	10	-	2	1	-	1	14	-
Тема 3. Формирование и функционирование рынка	14	0,39	4	2	-	2	10	-	3	1	-	2	11	-
Тема 4. Конкурентные рынки и их структура	16	0,44	6	2	-	4	10	-	3	1	-	2	13	-
Тема 5. Конкурентная стратегия	14	0,39	2	-	-	2	12	-	3	1	-	2	11	-
Тема 6. Формирование конкурентной среды в регионе	14	0,39	4	2	-	2	10	-	4	2	-	2	10	-
Тема 7. Маркетинговые исследования	16	0,44	4	-	-	4	12	-	3	1	-	2	13	-
Форма контроля: зачет с оценкой	4	0,11	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	4
Всего часов в семестре	108	3,00	30	10	-	20	78	-	20	8	-	12	84	-
Всего часов по дисциплине	108	3,00	30	10	-	20	78	-	20	8	-	12	84	4

1.4 Общие рекомендации к аудиторным занятиям и самостоятельной работе

Приступая к изучению новой учебной дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести новую тетрадь для конспектирования лекций и работы с первоисточниками.

Обучение предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические занятия) и самостоятельную работу студентов.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса и выполняет следующие функции:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитать материал предыдущей лекции;
- узнать тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомиться с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постараться уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- записать возможные вопросы, которые следует задать лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям состоит в следующем:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по теме занятия, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний и умений, терминов и учебных вопросов может быть использована в качестве ориентира в организации обучения.

Для активизации учебно-познавательной деятельности студентов при изучении дисциплины организуется самостоятельная работа. Целями самостоятельной работы студентов являются:

- научить студента осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию.
- закрепление, расширение и углубление знаний, умений и навыков, полученных студентами на аудиторных занятиях под руководством преподавателей;
- изучение студентами дополнительных материалов по изучаемым дисциплинам и умение выбирать необходимый материал из различных источников;
- воспитание у студентов самостоятельности, организованности, самодисциплины, творческой активности, потребности развития познавательных способностей и упорства в достижении поставленных целей.

Предлагаемый подход к освоению учебного материала усиливает мотивацию к аудиторной и внеаудиторной активности, что обеспечивает необходимый уровень знаний по изучаемым дисциплинам и позволяет повысить готовность студентов к сдаче экзаменов.

Основная задача организации самостоятельной работы студентов заключается в создании психолого-дидактических условий развития интеллектуальной инициативы и мышления на занятиях любой формы.

Самостоятельная работа обеспечивается системой учебно-методических средств, предусмотренных для изучения учебной дисциплины: учебники, учебные и методические пособия, планы занятий, сборники упражнений, практикумы и т.д. В процессе самостоятельной работы студент изучает научную и специальную монографическую литературу, пользуется периодическими изданиями и справочниками.

Содержание самостоятельной работы студента при изучении дисциплины определяется рабочей программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями

преподавателя. Формы самостоятельной работы студентов разнообразны и включают в себя:

- изучение и систематизацию официальных государственных документов – законов, постановлений, указов, нормативно-инструкционных и справочных материалов с использованием таких информационно-поисковых систем, как «Консультант-плюс», «Гарант» (если дисциплина предусматривает их использование в учебном процессе);

- изучение учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации;

- подготовку докладов и рефератов;

- участие в работе студенческих конференций, комплексных научных исследованиях.

Самостоятельная работа приобщает студентов к научному творчеству, поиску и решению актуальных современных проблем.

Самостоятельная работа реализуется:

1. Непосредственно в процессе аудиторных занятий – на лекциях, практических занятиях, при выполнении контрольных работ.

2. В контакте с преподавателем вне рамок расписания – на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.

3. В библиотеке, дома, в общежитии, на кафедре при выполнении студентом учебных и творческих задач.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы – аудиторная и внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы по дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятия (организации)» являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование компьютерной техники и Интернета и др.;

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, составление плана, составление таблиц и терминологического словаря для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на конференции, подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

- для формирования умений: выполнение упражнений по образцу, опытно-экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений и др.

1.5 Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине

К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса необходимо ознакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;

- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;

- тематическими планами лекций и практических занятий;

- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов, выносимых на семестровый контроль.

Только после этого должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую основу для промежуточной аттестации.

1.6 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Дюков, И.И. Управление конкурентоспособностью компании. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — СПб. : НИУ ИТМО, 2011. — 100 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/43838> — Загл. с экрана.
2. Карпов, А.Л. Конкурентоспособность: тактика и стратегия промышленного предприятия: монография. [Электронный ресурс] : моногр. — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2015. — 180 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/12803> — Загл. с экрана.
3. Моргунов, В.И. Конкурентоспособность менеджмента на основе современных форм и методов управления предприятиями. [Электронный ресурс] : моногр. / В.И. Моргунов, Г.В. Моргунов. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/70533> — Загл. с экрана.

Дополнительная литература:

4. Беляков, В.П. Повышение конкурентоспособности производственных систем. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В.П. Беляков, Э.Н. Рыжаков. — Электрон. дан. — М. : Палеотип, 2015. — 148 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/55174> — Загл. с экрана.
5. Внешнеэкономические аспекты модернизации и конкурентоспособности в мировой экономике. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И.Н. Платонова [и др.]. — Электрон. дан. — М. : МГИМО, 2012. — 216 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/46302> — Загл. с экрана.
6. Головачев, А.С. Конкурентоспособность организации. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Минск : "Вышэйшая школа", 2012. — 319 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/65237> — Загл. с экрана.
7. Мигачёв, Б.С. Конкурентоспособность: Учеб. пособие. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : АСМС, 2009. — 64 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69258> — Загл. с экрана.
8. Парамонова, Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2013. — 120 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/53437> — Загл. с экрана.