

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Наумова Наталия Александровна

Должность: Ректор

Дата подписания: 24.10.2024 14:21:41

Уникальный идентификатор документа:

6b5279da4e034bffa679172803da5b7859069e2

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ»

(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ)

Экономический факультет

Кафедра государственного и муниципального управления

Согласовано
деканом факультета

« 21 » июня 2023 г.

/Фонина Т.Б./

Рабочая программа дисциплины

Управление конкуренцией

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

Профиль:

Экономика предприятий и организаций

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Согласовано учебно-методической комиссией экономического факультета

Протокол от «20» июня 2023 г. № 11

Председатель УМКом

/О.В. Сюзева/

Рекомендовано кафедрой государственного и муниципального управления

Протокол от «8» июня 2023 г. № 12

Зав. кафедрой

/Афонин А.И./

Мытищи
2023

Автор-составитель:
Урумова Ф.М., д.э.н., профессор

Рабочая программа дисциплины «Управление конкуренцией» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ России от 12.08.2020 г. № 954.

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Планируемые результаты обучения	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Объем и содержание дисциплины	5
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся	7
5. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	10
6. Учебно-методическое и ресурсное обеспечение дисциплины	19
7. Методические указания по освоению дисциплины	20
8. Информационные технологии для осуществления образовательного процесса по дисциплине	20
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	21

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

1.1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является подготовка студентов к самостоятельному анализу конкурентной рыночной среды, выявлению резервов повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов и разработке стратегии и тактики повышения конкурентоспособности предприятий.

Задачи дисциплины:

- изучение понятийного аппарата, используемого в теории управления конкуренцией.
- изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, формирование умений и привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических, профессиональных и прикладных задач.

1.2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

СПК-2. Способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и экономические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

Изучение дисциплины базируется на сумме знаний, полученных студентами в ходе освоения таких дисциплин, как «Микроэкономика», «Экономика организации».

Знания и навыки, полученные в процессе изучения дисциплины необходимы для дальнейшего успешного освоения таких дисциплин, как «Экономика и социология труда», при написании выпускной квалификационной работы.

3. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем дисциплины

Показатель объема дисциплины	Форма обучения
	Очная
Объем дисциплины в зачетных единицах	2
Объем дисциплины в часах	72
Контактная работа:	54,2
Лекции	18
Практические занятия	36
Контактные часы на промежуточную аттестацию:	0,2
Зачет	0,2

Самостоятельная работа	10
Контроль	7,8

Форма промежуточной аттестации: зачет в 5 семестре.

3.2. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины с кратким содержанием	Кол-во часов	
	Лекции	Практические занятия
Раздел I. Теоретические основы управления конкуренцией		
Тема 1. Общий механизм действия конкурентной системы Теория конкуренции и конкурентоспособности как часть теории маркетинга. Конкуренция как ключевой элемент функционирования и развития системы рыночных отношений в современной экономике. Эволюционная концепция конкуренции, основанная на представлениях о конкуренции как о движущей силе экономического развития и экономического роста. Общая схема конкурентного рынка. Понятие совершенной (свободной, чистой) и несовершенной конкуренции. Три разновидности несовершенной конкуренции: монополистическая конкуренция, олигополистическая конкуренция и монополия.	4	8
Тема 2. Экономическая сущность конкуренции Подходы к определению дефиниции «конкуренция». Понятие конкурентная борьба. Основные виды конкуренции. Функциональная конкуренция. Особенности видовой конкуренции. Предметная, или межфирменная, конкуренция. Конкуренция на основе перелива капитала из одной отрасли в другую. Формы конкуренции. Монополия как тип рыночной структуры. Основные виды монополий: закрытая, открытая, естественная монополия. Типы и пути образования естественных монополий. Характеристика организационной, технологической, экономической и административной (государственной) монополии.	2	4

Тема 3. Способы ведения конкурентной борьбы Факторы, определяющие основные стратегии конкурентного поведения предприятий отрасли. Характеристика сил, предопределяющих интенсивность конкуренции в отрасли. Влияние покупателей как движущая сила конкуренции. Влияние поставщиков на конкурентную борьбу. Угроза со стороны новых конкурентов и товаров-субститутов. Типы конкурентного поведения предприятий. Факторы внешней и внутренней среды предприятия, предопределяющие выбор предприятием модели конкурентного поведения на рынке. Виолентная (силовая) стратегия как тип поведения предприятия на рынке. Особенности патиентной (нишевой) стратегии поведения. Характеристика коммутантной (приспособительной) стратегии. Особенности эксплерентной (пионерской) стратегии. Основные модели конкурентного поведения	2	4
Раздел II. Управление конкуренцией в рамках предприятия		
Тема 4. Формирование конкурентной стратегии предприятия Экономическая сущность понятия «конкурентная стратегия». Подходы к определению конкурентной стратегии. Процесс разработки и выбор конкурентной стратегии организации. процесса формирования стратегии. Факторы, предопределяющие выбор конкурентной стратегии. Типы конкурентных стратегий. Основные уровни принятия стратегических решений: 1) общий или корпоративный (корпоративная стратегия); 2) 5 деловой или конкурентный (деловая стратегия) и 3) функциональный (функциональные стратегии). Основным типы конкурентных стратегий: стратегии роста, стабильности и сокращения. Конкурентные стратегии в зависимости от занимаемой фирмой доли на рынке: лидер; претендент на лидерство; последователи; окопавшиеся в рыночных нишах.	2	4
Тема 5. Анализ деятельности конкурентов предприятия Основные подходы к изучению конкурентов. Цели и задачи исследования конкурентов предприятия. Понятие и особенности активных и потенциальных конкурентов. Основные способы выявления действующих и потенциальных конкурентов. Построение карты стратегической группировки отрасли. Основные этапы анализа деятельности конкурентов. Методы изучения и анализа деятельности конкурентов. Построение конкурентной карты рынка. Определение вероятных методов конкурентной борьбы. Анализ конкурентов по факторам 4Р. Построение листа оценки конкурентоспособности (систематизация результатов анализа «4Р»). Особенности метода функциональных карт как возможного способа изучения деятельности конкурентов. Сбор и анализ информации о конкурентах. Составление «Учетной карточки конкурента». Сбор и анализ первичной и вторичной информации о конкурентах.	2	4

Тема 6. Конкурентоспособность предприятия и методы ее оценки Подходы к определению понятия «конкурентоспособность». Критерии (факторы) оценки конкурентоспособности предприятия Способы оценки конкурентоспособности предприятий. Основные подходы к оценке конкурентоспособности предприятия. Методы определения конкурентоспособности предприятия: метод суммы мест; анализ экономической конкурентоспособности; метод балльной оценки; метод балльной оценки с учетом степени весомости факторов. Расчет относительного показателя конкурентоспособности предприятия. Оценка собственной конкурентной позиции фирмы на рынке. Методы оценки конкурентного положения фирмы на рынке: матричный метод (метод «Бостонской консалтинговой группы»); метод, использующий в качестве основного подхода оценку товара/услуги предприятия; метод, основанный на теории эффективной конкуренции. Анализ экономического и финансового состояния фирмы как показателей уровня ее устойчивого положения на рынке. Государственная политика повышения конкурентоспособности предприятия.	2	4
Тема 7. Конкурентное позиционирование предприятия: матрица потребителя и матрица производителя Стратегическое позиционирование компании по методике профессора И. Гуркова. Матрицы потребителя, оценочные параметры – цена и качество; матрица производителя, оценочные параметры – удельные издержки и корневые компетенции. Методика построения каждой матрицы, их стратегическое совмещение. Стратегические типы компаний: аутсайдер, защитник издержек, интегрированный анализатор, защитник качества, диверсифицированный анализатор, монополист, проспектор. Рекомендуемые действия по стратегическому развитию компаний различного стратегического типа.	4	8
Итого	18	36

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Темы для самостоятельного изучения	Изучаемые вопросы	Количество часов	Формы самостоятельной работы	Методические обеспечения	Формы отчетности
1	2	3	4	5	6

Тема 1. Экономическая сущность конкуренции Подходы к определению дефиниции «конкуренция» .	Характеристика монополии. Олигополия как форма взаимодействия продавцов и покупателей. Особенности полиполии. Конкуренция продавцов и конкуренция покупателей. Конкуренция покупателей как форма взаимоотношений покупателей по поводу формирования спроса и цен на рынке. Индивидуальная и групповая конкуренция. Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция. Предметная конкуренция. Видовая конкуренция. Уровень интенсивности предметной и видовой конкуренции. Конкуренция на основе перелива капитала из одной отрасли в другую и функциональная конкуренция. Ценовая и неценовая конкуренция. Добросовестная и недобросовестная формы конкуренции. ФЗ «О защите конкуренции». Анализ конкурентной	6	Подготовка к практическим занятиям, подготовка докладов, изучение литературы, выполнение тестовых заданий	Учебно- методическ ое обеспечени е дисциплин ы	Опрос Доклад Тест
--	---	---	--	--	-------------------------

	среды рынка. Этапы исследования конкурентной среды рынка. Оценка степени монополизации рынка. Расчет коэффициента рыночной концентрации. Анализ конкурентной среды с помощью индекса Херфиндаля - Хиршмана. Факторный анализ динамики рыночных долей конкурентов. Построение конкурентной карты рынка, выявление типовых стратегических положений фирм на рынке. Государственное регулирование конкуренции. Антимонопольная политика России.				
--	---	--	--	--	--

Тема 2. Формирование конкурентной стратегии предприятия	Характеристика и основные виды портфельных стратегий. Матрица «товары / рынки» И. Ансоффа. Матрица Бостонской консультативной группы (БКГ). Многофакторная матрица «Мак-Кинси». Модель Шелл/ДПМ - «матрица направленной политики». Общая стратегическая модель М. Портера. Характеристика инновационных стратегий по П. Друкеру. Виды стратегий в зависимости от размера предприятия.	4	Подготовка к практическим занятиям, подготовка докладов, изучение литературы, выполнение тестовых заданий	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос Доклад Тест
Итого:		10			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
СПК-2. Способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и экономические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты.	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа

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

Оцени- ваемые компе- тенции	Уровень сформирова- нности	Этап формировани я	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
СПК-2	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостояте льная работа	Знать: основную нормативно-правовую базу экономических показателей; - основные показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; - виды расчетов экономических показателей. Уметь: - проводить обоснование правильности выбора типовой методики при сборе социально- экономических показателей; - анализировать многообразие социально- экономических показателей.	Опрос Доклад Тест	Шкала оценивания опроса Шкала оценивания доклада Шкала оценивания теста

	Продвинутый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: основную нормативно-правовую базу экономических показателей; - основные показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; - виды расчетов экономических показателей. Уметь: - проводить обоснование правильности выбора типовой методики при сборе социально-экономических показателей; - анализировать многообразие социально-экономических показателей. Владеть: - основами предлагаемых для расчетов типовых методик; - действующей нормативно-правовой базой используемой для расчетов экономических показателей.	Опрос Доклад Тест	Шкала оценивания опроса Шкала оценивания доклада Шкала оценивания теста
--	-------------	---	---	-------------------------	--

Шкала оценивания опроса

Критерии оценивания	Интервал оценивания
---------------------	---------------------

Самостоятельно и аргументировано делать анализ, обобщать, выводы	0-2
Самостоятельно, уверенно и безошибочно применяет полученные знания в решении проблем на творческом уровне	0-2
Умеет составить полный и правильный ответ на основе изученного материала; выделять главные положения, самостоятельно подтверждать ответ конкретными примерами, фактами	0-3
Понимание сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий, взаимосвязей	0-3

Шкала оценивания доклада

Критерии оценивания	Интервал оценивания
Степень раскрытия темы	0-7
Личный вклад автора	0-4
Структурированность материала	0-3
Ссылки на источники	0-2
Объем и качество используемых источников	0-4
Оформление текста и грамотность речи	0-5
Защита доклада	0-5

Шкала оценивания теста

Написание теста оценивается по шкале от 0 до 15 баллов.

Освоение компетенций зависит от результата написания теста:

13-15 баллов (80-100% правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на высоком уровне (оценка отлично); 1

10-12 баллов (70-75 % правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на базовом уровне (оценка хорошо);

7-9 баллов (50-65 % правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на удовлетворительном уровне (оценка удовлетворительно);

0-6 баллов (менее 50 % правильных ответов) - компетенции считаются не освоенными (оценка неудовлетворительно).

5.3. 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

Примерный перечень вопросов для опроса

1. Предмет, формы, функции и виды конкуренции
2. Типы рынка, выделяемые современной теорией морфологии рынка
3. История развития конкурентного рынка в России и за рубежом
4. Основные и вспомогательные детерминанты конкурентных преимуществ страны в «национальном ромбе» М. Портера
5. Этапы традиционного жизненного цикла конкурентного преимущества
6. Основные компоненты внешнего окружения управления конкурентоспособностью фирмы
7. Внутренняя структура управления конкурентоспособностью фирмы
8. Научные подходы к процессу управления конкурентоспособности фирмы
9. Этапы управления конкурентоспособностью фирмы
10. Основные этапы мониторинга конкурентоспособности фирмы
11. Сущность техники SWOT – анализа как комплексного анализа внешней и внутренней среды фирмы
14. Методика анализа конкурентной структуры отрасли на основе пяти конкурентных сил М. Портера.
15. Барьеры входа и выхода в отрасль
16. Оценка интенсивности конкуренции на рынке
19. Факторы, обуславливающие уровень конкурентоспособности товаров и услуг
20. Методы оценки конкурентоспособности товара
21. Параметры товара, используемые для оценки конкурентоспособности
22. Пути повышения конкурентоспособности товаров и услуг
23. Методы анализа конкурентоспособности предприятия.
24. Методика определения интегральной оценки конкурентоспособности предприятия
25. Матричные методы оценки конкурентоспособности фирмы.
26. Методы количественной оценки конкурентного статуса предприятия
27. Основные конкурентные стратегии фирмы на рынке.
28. Конкурентная стратегия «лидерство в издержках»
29. Конкурентная стратегия «дифференциация»
30. Конкурентная стратегия «фокусирование»
31. Типы конкурентных стратегий по М. Портеру
32. Типы компаний, соответствующие разному конкурентному статусу.
33. Основные этапы реализации конкурентной стратегии
34. Основные компоненты конкурентного потенциала фирмы (менеджмента, маркетинга, сбыта, ресурсный, поставщика, инновационный, финансовый)
35. Основные группы ключевых факторов успеха фирмы

Примерные вопросы к зачету

- 1 Понятие дефиниции конкурентоспособность предприятия, товара, страны, предложенные различными авторами
- 2 Показатели конкурентоспособности страны, уровни конкурентоспособности организации
- 3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
- 4 уровень конкурентоспособности России в рейтинге конкурентоспособности стран
- 5 Способы оценки экономической концентрации товарных рынков (показатели: понятие, особенности)
- 6 Структура анализа деятельности конкурентов.
- 7 Конкурентный анализ: этапы
- 8 5 сил М.Портера, пример
- 9 Бенчмаркинг: понятие, особенности, пример
- 10 Понятие, сущность конкурентоспособности предприятия
- 11 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
- 12 Методы оценки конкурентоспособности организации
- 13 Подходы к управлению конкурентоспособностью организации
- 14 Методы оценки конкурентоспособности товара
- 15 Алгоритм оценки конкурентоспособности организации
- 16 Мероприятия по повышению конкурентоспособности организации
- 17 Система сбалансированных показателей
- 18 Механизм управления конкурентоспособностью организации предприятия
- 19 Теория конкурентных преимуществ как основа составления конкурентной стратегии организации
20. Раскройте экономическое содержание понятия «конкурентоспособность товара»
21. Какие основные факторы конкурентоспособности товара вам известны?
22. В чем состоит взаимосвязь и взаимообусловленность понятий конкурентоспособности продукции и качества товара?
23. Каковы особенности и виды маркетинговых показателей конкурентоспособности товаров?
24. Какие вы знаете основные методы оценки конкурентоспособности товара?
25. В чем состоит сущность интегрального метода определения конкурентоспособности товара предприятия?
26. Назовите основные экономические показатели конкурентоспособности товара
27. Назовите отечественных и зарубежных авторов, рассматривающих вопросы конкуренции. О чем говорится в их работах?
28. Какие подходы к понятию конкуренции выделяют? Что такое конкуренция?
29. Назовите формы конкуренции в зависимости от разных критериев.
30. Какая форма конкуренции, ценовая или неценовая, преобладает в России и в развитых странах? Приведите примеры.

Примерная тематика докладов

1. Конкуренция: понятие, значение для рыночной экономики.
2. Классификация и характеристика рынков в зависимости от остроты конкуренции.
3. Методы конкуренции.
4. Формы конкуренции.
5. Понятие и оценка конкурентной борьбы.
6. Конкурентоспособность отраслей и организаций. Методы оценки.
7. Конкурентоспособность товара и услуг: понятие и показатели, ее характеризующие.
8. Взаимосвязь конкурентоспособности товара (услуги) и прибыли организаций.
9. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта на рынке.
10. Формы недобросовестной конкуренции.

11. Отличие конкурентоспособности и уровня качества товара (услуги).
12. Качество товара (услуги) как основной фактор конкурентоспособности.
13. Конкурентоспособность товара (услуги) как параметры конкурентоспособности.
14. Рыночные факторы конкурентоспособности.
15. Экономические условия конкурентоспособности организации, товара и услуги.
16. Пути повышения конкурентоспособности организации, товаров и услуг.
17. Принципы оценки конкурентоспособности организации.
18. Управление конкурентоспособностью организации на основе выбора стратегий.
19. Источники информации о конкурентах.
20. Методы сбора информации о конкурентах.
21. Особенности метода конкурентной разведки.
22. Этапы текущего конкурентного анализа.
23. Методы обработки и оценки результатов конкурентного анализа.
24. Формирование конкурентной стратегии организаций отраслей.
25. Функциональное обеспечение реализации конкурентной стратегии.

Примерные тесты

1. Термин «конкуренция» произошел от латинского слова, обозначающего:
 - а) «воевать»;
 - б) «делить»;
 - в) «сталкиваться»;
 - г) «быть первым».
2. Конкурентный рынок – это:
 - а) рынок с жесткой конкуренцией;
 - б) рынок, где представлено два и более продавца;
 - в) свободный рынок без входных барьеров;
 - г) рынок, где отсутствует монополист.
3. Какой из перечисленных критериев входит в классификацию видов конкуренции:
 - а) этичность применяемых методов конкурентной борьбы;
 - б) количество участников конкурентной борьбы;
 - в) степень интенсивности конкуренции;
 - г) прогнозируемость изменений условий конкуренции.
4. Объектом конкуренции являются:
 - а) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
 - б) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;
 - в) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;
 - г) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.
5. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:
 - а) продажная цена товара и полезный эффект от его использования
 - б) издержки производства и сбыта;
 - в) полезный эффект и цена потребления;
 - г) потребительская новизна товара.
6. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:
 - а) регрессивная вертикальная интеграция;
 - б) прогрессивная вертикальная интеграция;

- в) горизонтальная интеграция;
- г) дополняющая диверсификация.

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

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

8. В переводе с латинского термин «конкуренция» означает

- А) столкновение
- Б) борьба
- В) услуга

9. Цель конкуренции

- А) занять место на рынке
- Б) удовлетворить спрос потребителей
- В) получение прибыли от реализации товаров

10. Предприятие в условиях конкуренции разрабатывает стратегию, чтобы определить:

- а) сильные стороны конкурентов
- б) как нужно отвечать на действия конкурентов
- в) слабые стороны конкурентов

11. Главным элементом на рынке конкуренции является

- А) Реклама
- Б) товар
- В) конкурент

12. Конкурентоспособность товара – это

- А) фальсификация товара
- Б) уровень его потребительских свойств
- В) способ реализации товара

13. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества

- а) подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;
- б) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;
- в) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям безопасности, стандартизации, методам испытаний или сертификации.

14. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведётся за счёт

- а) снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности;
- б) увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену;
- в) повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.

15. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества:

- А) подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;
- б) позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;
- в) одинаковый доступ к информации для всех без исключения изготовителей, органов государственной власти и потребителей, если эта информация относится к требованиям

16. М. Портер выделил три типовые группы конкурентных стратегий: лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование (концентрация). Верно ли данное утверждение?

1) Да 2) Нет

17. Реализация конкурентной стратегии лидерства в издержках эффективна при следующих рыночных условиях:

- 1) спрос на товар высокоэластичен, преобладает ценовая конкуренция;
- 2) товар однородный, стандартный;
- 3) преобладает неценовая конкуренция;
- 4) можно выделить множество отличительных характеристик товара, которые ценятся потребителями, различным группам потребителей нужны определенные комбинации базовых свойств товара;
- 5) все вышеперечисленное.

18. Реализация конкурентной стратегии дифференциации эффективна при следующих рыночных условиях:

- 1) спрос на товар высокоэластичен, преобладает ценовая конкуренция; 2) товар однородный, стандартный;
- 3) преобладает неценовая конкуренция;
- 4) можно выделить множество отличительных характеристик товара, которые ценятся потребителями. Различным группам потребителей нужны определенные комбинации базовых свойств товара;
- 5) все вышеперечисленное.

19. Реализация стратегии фокусирования эффективна при следующих рыночных условиях:

- 1) потребности покупателей дифференцированы;
- 2) внутри целевого сегмента существуют рыночные ниши, на которых можно сконцентрировать деятельность предприятия;
- 3) рыночная ниша имеет достаточный размер для обеспечения необходимой прибыльности деятельности;
- 4) обслуживаемая рыночная ниша имеет потенциал роста; 5) все вышеперечисленное.

20. Ф. Котлер, исходя из доли рынка, принадлежащей предприятию, выделяет следующие типы конкурентных стратегий:

- 1) стратегии лидера рынка, «бросающего вызов», «следующего за лидером» и специалиста («нишера»);
- 2) стратегии «лидерства в издержках», «дифференциации», «фокусирования (концентрации)»;
- 3) стратегии концентрированного, интегрированного, диверсифицированного роста;
- 4) стратегии роста, стабильности, сокращения.

6. Конкурентная стратегия «расширения первичного спроса» относится к числу стратегий:

- 1) лидера рынка;
- 2) «бросающего вызов»;
- 3) «следующего за лидером»; 4) специалиста («нишера»).

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

Основными формами текущего контроля являются тест, доклад, опрос.

Максимальное количество баллов, которое может набрать обучающийся в течение семестра за различные виды работ – 80 баллов.

Формой промежуточной аттестации является зачет. Зачет проходит в форме устного собеседования по вопросам.

Соотношение вида работ и количества баллов в рамках процедуры оценивания

Вид работы	количество баллов
Опрос	20
Доклад	30
Тест	30
Зачет	20

Шкала оценивания зачета

Критерии оценивания	Интервал оценивания
студент быстро и самостоятельно готовится к ответу; при ответе полностью раскрывает сущность поставленного вопроса; способен проиллюстрировать свой ответ конкретными примерами; демонстрирует понимание проблемы и высокий уровень ориентировки в ней; формулирует свой ответ самостоятельно, используя лист с письменным вариантом ответа лишь как опору, структурирующую ход рассуждения	16-20
студент самостоятельно готовится к ответу; при ответе раскрывает основную сущность поставленного вопроса; демонстрирует понимание проблемы и достаточный уровень ориентировки в ней, при этом затрудняется в приведении конкретных примеров.	11-15
студент готовится к ответу, прибегая к некоторой помощи; при ответе не в полном объеме раскрывает сущность поставленного вопроса, однако, при этом, демонстрирует понимание проблемы.	5-10
студент испытывает выраженные затруднения при подготовке к ответу, пытается воспользоваться недопустимыми видами помощи; при ответе не раскрывает сущность поставленного вопроса; не ориентируется в рассматриваемой проблеме; оказываемая стимулирующая помощь и задаваемые уточняющие вопросы не способствуют более продуктивному ответу студента.	0-4

Итоговая шкала оценивания результатов освоения дисциплины

Оценка по дисциплине выставляется по приведенной ниже шкале. При оценивании учитывается работа магистранта в течение всего срока освоения дисциплины, активность

участия на практических занятиях, подготовка докладов, подготовка презентаций и выполнение контрольных работ.

Баллы, полученные студентом по текущему контролю и промежуточной аттестации	Оценка в традиционной системе
41 - 100	Зачтено
0 -40	Не зачтено

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература

1. Управление конкурентоспособностью : учебник для вузов / Е. А. Горбашко [и др.] . — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2023. — 407 с. — Текст : электронный. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510772>
2. Фомичев, В. И. Управление качеством и конкурентоспособностью : учебник для вузов. — Москва : Юрайт, 2023. — 156 с. — Текст : электронный. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/518680>
3. Шишкин, М.В. Антимонопольное регулирование : учебник и практикум для вузов / М. В. Шишкин, А. В. Смирнов. - М. : Юрайт, 2020. - 143с. – Текст: непосредственный

6.2. Дополнительная литература

1. Артемова, С.А. Основы теории конкурентоспособности: учебное пособие. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 169 с. — Текст : электронный. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108240.html>
2. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебное пособие для вузов . — 5-е изд. — Москва : Юрайт, 2023. — 408 с. — Текст : электронный. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/509696>
3. Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью : учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. — 2-е изд. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 397 с. — Текст : электронный. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79818.html>
4. Мардас, А. Н. Основы менеджмента. Практический курс : учебное пособие для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2023. — 175 с. — Текст : электронный. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514278>
5. Новосельцева, М. М., Антимонопольное регулирование и развитие конкуренции в системе экономической безопасности : учебное пособие. — Москва : Русайнс, 2023. — 85 с. — URL: <https://book.ru/book/945255> — Текст : электронный.
6. Розанова, Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для вузов. - М. : Юрайт, 2018. - 343с. – Текст: непосредственный
7. Серков, Л. Н. Управление конкурентоспособностью : курс лекций. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2022. — 204 с. — Текст : электронный. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124420.html>
8. Тарануха, Ю. В., Конкуренция и конкурентоспособность : монография / Ю. В. Тарануха. — Москва : Русайнс, 2020. — 334 с. — URL: <https://book.ru/book/935637> — Текст : электронный.

6.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

<http://www.gks.ru> – Федеральная служба государственной статистики
<http://www.consultant.ru> – Справочная правовая система «КонсультантПлюс»
<http://www.garant.ru> – Справочная правовая система «Гарант»

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям.
2. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы по дисциплинам.

8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

Информационные справочные системы:

Система ГАРАНТ

Система «КонсультантПлюс»

Профессиональные базы данных

fgosvo.ru - [Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования](http://fgosvo.ru)

pravo.gov.ru - [Официальный интернет-портал правовой информации](http://pravo.gov.ru)

www.edu.ru - Федеральный портал Российское образование

Свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

ОМС Плеер (для воспроизведения Электронных Учебных Модулей)

7-zip

Google Chrome

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: учебной мебелью, доской, демонстрационным оборудованием, персональными компьютерами, проектором;

- помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.