

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Экономика конкурентоспособности фирмы»**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения учебной дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Экономика конкурентоспособности фирмы» является формирование профессиональной компетентности будущего экономиста в области проблем экономики конкурентоспособности фирмы. Теоретическая часть курса направлена на усвоение обучающимися положений экономики конкурентоспособности фирмы и методов ее повышения, а практическая – на развитие современного мышления в области актуальных вопросов конкурентоспособности фирмы, а также умений и навыков будущих специалистов методам управления конкурентоспособностью фирмы для ее выживания и успешности действий на рынке в условиях permanently возрастающих ожиданий и требований со стороны потребителей и динамичной рыночной среды.

1.2. Задачи учебной дисциплины:

- 1) освоение теоретических основ экономики конкурентоспособности фирмы и ее продукции;
- 2) ознакомление с методикой диагностики конкурентной среды фирмы;
- 3) овладение практическими умениями и навыками в области расчетов основных показателей экономики конкурентоспособности фирмы и ее продукции;
- 4) формирование знаний и навыков по разработке базовых стратегий повышения конкурентоспособности фирмы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина «Экономика конкурентоспособности фирмы» относится к вариативной части обязательных дисциплин профессионального цикла.

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП

Данная дисциплина связана с такими учебными курсами и практиками, как «Экономическая теория», «Маркетинг», «Экономика», «Экономика предприятия», «Экономика и организация инновационной деятельности», «Планирование и контроль на предприятии», «Потенциал и развитие предприятия», «Экономика инновационного предприятия», «Экономика и организация предприятия», «Стратегический менеджмент».

Основные положения дисциплины являются основой для изучения следующих дисциплин: «Управление развитием компании», «Экономическое управление предприятием», «Управление ресурсами», «Стратегическое планирование экономики фирмы» и др.

Знания, полученные в процессе изучения дисциплины, необходимы для обоснования экономических решений при постановке и реализации задач в рамках магистерских работ и практической деятельности специалистов на предприятиях.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код соответствующей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ПК-1	Способность владеть методами аналитической работы, связанными с различными аспектами деятельности коммерческих и некоммерческих организаций различных организационно-правовых форм, органов государственной власти и местного самоуправления, внешнеэкономических объединений при министерствах, ассоциаций делового сотрудничества, региональных внешнеэкономических объединений	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы конкурентоспособности фирмы и ее продукции; – экономическую сущность и уровни исследования конкурентоспособности фирмы; – научно-методические подходы к оценке конкурентоспособности фирмы и ее продукции. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять факторы конкурентоспособности фирмы и ее продукции; – выявлять источники конкурентного преимущества фирмы и ее продукции. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методикой диагностики конкурентной среды фирмы; – методикой оценки конкурентоспособности продукции; – выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми на фирме стандартами.
ПК-11	Способность обосновать на основе анализа стратегию поведения субъектов хозяйственной деятельности на различных сегментах внутреннего и внешнего рынков (в том числе внешнеэкономическую) на долгосрочный, среднесрочный и краткосрочный периоды	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы разработки конкурентной стратегии фирмы на долгосрочный, среднесрочный и краткосрочный периоды; – основы формирования и анализа конкурентной стратегии поведения фирмы на рынках; – основные показатели исследования рынка. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формировать базовые стратегии конкуренции; – сравнивать стратегии между собой и выбирать наилучшие, способные повысить уровень экономического развития фирмы. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основами технологии анализа деятельности конкурентов; – методикой разработки и реализации базовых стратегий конкуренции; – выполнять необходимые для оценки уровня конкурентоспособности продукции и фирмы расчеты и обосновывать их.
ПК-14	Способность разрабатывать мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции на различных рынках	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы и практику изучения конкурентных рынков и их структуры; – показатели экономической оценки

		<p>конкурентоспособности фирмы;</p> <ul style="list-style-type: none"> – экономические показатели оценки конкурентоспособности продукции. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать мероприятия по формированию спроса на продукцию фирмы; – формировать мероприятия по стимулированию сбыта продукции на различных рынках. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основными методическими приемами исследования спроса на продукции фирмы; – навыками оценки уровня и объема спроса на рынке.
ПК-24	<p>Способность анализировать и использовать различные источники информации о рыночной конъюнктуре, ее динамике, трендах для разработки адекватных маркетинговых стратегий и управленческих решений для предприятия, работающего на внутреннем и внешнем рынках товаров и услуг</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методику анализа различных источников информации о рыночной конъюнктуре, ее динамике, трендах для разработки адекватных конкурентных стратегий и управленческих решений для предприятия, работающего на внутреннем и внешнем рынках товаров и услуг. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде аналитического отчета. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками подготовки доклада, информационного обзора, аналитического отчета и выступления с ними.
ПК-26	<p>Способность проводить диагностику текущего состояния товарной политики, эффективности реализации, сроков, объемов и структуры предложения новых товаров и услуг</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы и способы диагностики текущего состояния товарной политики на фирме; - показатели эффективности реализации, сроков, объемов и структуры предложения новых товаров и услуг <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить оценку эффективности реализации, сроков, объемов и структуры предложения новых товаров и услуг. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методическими приемами и технологией диагностики текущего состояния товарной политики, эффективности реализации, сроков, объемов и структуры предложения новых товаров и услуг; - современными методиками формирования и мониторинга реализации конкурентной стратегии фирмы.
ПК-28	<p>Способность формировать, внедрять и оценивать коммуникационную политику предприятия, в том числе рекламную деятельность, в том числе ATL BTL инструменты</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы и способы проведения коммуникационной политики фирмы, в том числе рекламной деятельности, направленных на повышение ее

		<p>конкурентоспособности.</p> <p>Уметь:</p> <p>- организовать выполнение конкретного порученного этапа работы по реализации коммуникационной политики фирмы в сфере обеспечения конкурентоспособности фирмы и ее продукции.</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений в сфере обеспечения конкурентоспособности фирмы и ее продукции.</p>
--	--	--

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Концепция конкурентоспособности фирмы.

Раздел 2. Методические подходы к оценке конкурентоспособности фирмы и ее продукции.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Предусмотрено широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития необходимых навыков.

Форма проведения лекционных занятий – лекция-консультация. Она предполагает предварительное ознакомление магистрантов с основной и дополнительной литературой с целью обсуждения на занятии наиболее сложных для усвоения аспектов соответствующей темы. Освоение учебного материала в полном объеме и закрепление полученных знаний в рамках практических занятий предполагает активную самостоятельную подготовку.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Иванова Т.Л., д. э. н., профессор, профессор кафедры экономики предприятия.