


Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 10.12.2024 14:16:22
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"

Факультет Стратегического управления и международного
бизнеса
Кафедра Менеджмента непроеизводственной сферы

"УТВЕРЖДАЮ"
Проректор

Л.Н. Костина
27.04.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.13 **"Управление конкурентоспособностью предприятия"**

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Профиль "Менеджмент организаций"

Квалификация	<i>МАГИСТР</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Общая трудоемкость	<i>4 ЗЕТ</i>
Год начала подготовки по учебному плану	<i>2023</i>

Составитель:

канд. гос. упр, доцент

П.С. Гурий

Рецензент:

канд. экон. наук, доцент

Л.М. Дедеяева

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Управление конкурентоспособностью предприятия" разработана в соответствии с:

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент Профиль "Менеджмент организаций", утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 27.04.2023 протокол № 12.

Срок действия программы: 2023-2025

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента непроизводственной сферы

Протокол от 21.04.2023 № 13

Заведующий кафедрой:

канд.экон. наук, доцент, Тарасова Е.В.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Менеджмента непромышленной сферы

Протокол от " ____ " _____ 2024 г. №__

Зав. кафедрой канд.экон. наук, доцент, Тарасова Е.В.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Менеджмента непромышленной сферы

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. №__

Зав. кафедрой канд.экон. наук, доцент, Тарасова Е.В.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Менеджмента непромышленной сферы

Протокол от " ____ " _____ 2026 г. №__

Зав. кафедрой канд.экон. наук, доцент, Тарасова Е.В.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Менеджмента непромышленной сферы

Протокол от " ____ " _____ 2027 г. №__

Зав. кафедрой канд.экон. наук, доцент, Тарасова Е.В.

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

- приобретение магистрами теоретических знаний и практических навыков в области оценки конкурентоспособности предприятий, которые позволят им принимать эффективные управленческие решения,
- заложить потенциал знаний, определяющих профессионализм деятельности менеджера.

1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

- обучить магистров основным тенденциям развития управления конкурентоспособностью предприятий в современных условиях, теоретическим аспектам стратегического менеджмента, позволяющим овладеть современными методами и подходами в повышении конкурентоспособности предприятия;
- развить у магистров самостоятельность мышления при разработке концепции формирования стратегического развития предприятия, творческий подход при анализе и оценке конкурентоспособности в различных областях их деятельности;
- способствовать приобретению практических навыков в области постановки целей на всех уровнях предприятия, анализа его ресурсов и конкурентных возможностей, принятия и реализации стратегических решений, а также управления им для успешной реализации конкурентной стратегии.
- сформировать умение анализировать факторы, условия и функции, повышающие конкурентоспособность предприятия

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.13
------------------------	---------

1.3.1. Дисциплина "Управление конкурентоспособностью предприятия" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Научно-исследовательская практика

Современный стратегический анализ

Управление изменениями

Управленческая экономика

Управление инвестициями и проектами

Результативное управление

Риск-менеджмент

Стратегическое планирование и бизнес-план

1.3.2. Дисциплина "Управление конкурентоспособностью предприятия" выступает опорой для следующих элементов:

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ПК-8.2: Определяет подходы к проведению бизнес-анализа и оценки его эффективности

Знать:

Уровень 1	сущность понятия конкурентоспособность
------------------	--

Уровень 2	уровни конкурентоспособности предприятий
------------------	--

Уровень 3	конкурентоспособность российских товаров, определять факторы, влияющие на конкурентоспособность товара
------------------	--

Уметь:

Уровень 1	анализировать существующие подходы к оценке конкурентоспособности товара
------------------	--

Уровень 2	определять факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
------------------	---

Уровень 3	определять конкурентные преимущества на торговых и производственных рынках, определять конкурентные преимущества в технологически емких рынках
------------------	--

Владеть:

Уровень 1	принципами построения механизма управления конкурентоспособностью организации, техникой управления конкурентоспособностью организации
------------------	---

Уровень 2	методическими основами управления конкурентными преимуществами объектов
------------------	---

Уровень 3	техникой построения модели бизнеса и конкурентные преимущества на разных стадиях жизненного цикла организации
------------------	---

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

<i>ПК-8.3: Способен анализировать факторы, условия и функции, повышающие конкурентоспособность предприятия</i>	
Знать:	
Уровень 1	конкурентоспособность российских товаров, определять факторы, влияющие на конкурентоспособность товара
Уровень 2	модели конкуренции, природу и источники конкурентных преимуществ
Уровень 3	природу и источники конкурентных преимуществ
Уметь:	
Уровень 1	определять факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
Уровень 2	определять конкурентные преимущества в технологически емких рынках
Уровень 3	определять конкурентные преимущества в зрелых и в угасающих (заходящих) отраслях
Владеть:	
Уровень 1	принципами построения механизма управления конкурентоспособностью организации
Уровень 2	техникой управления конкурентоспособностью организации
Уровень 3	методическими основами управления конкурентными преимуществами объектов

В результате освоения дисциплины "Управление конкурентоспособностью предприятия"

3.1	Знать:
	Сущность понятия конкурентоспособности, уровни конкурентоспособности предприятий; конкурентоспособность российских товаров, определять факторы, влияющие на конкурентоспособность товара; модели конкуренции и конкурентоспособность организации, Современные модели конкуренции, природу и источники конкурентных преимуществ.
3.2	Уметь:
	Анализировать существующие подходы к оценке конкурентоспособности товара; определять факторы, влияющие на конкурентоспособность организации; определять конкурентные преимущества на торговых и производственных рынках, определять конкурентные преимущества в технологически емких рынках, определять конкурентные преимущества в зрелых и в угасающих (заходящих) отраслях
3.3	Владеть:
	Принципами построения механизма управления конкурентоспособностью организации, техникой управления конкурентоспособностью организации; методическими основами управления конкурентными преимуществами объектов; техникой построения модели бизнеса и конкурентные преимущества на разных стадиях жизненного цикла организации; принципами построения эффективных бизнес-моделей и стратегий организации в условиях неопределенности и риска, методами построения стратегии управления конкурентоспособностью организации

1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Управление конкурентоспособностью предприятия" видом промежуточной аттестации является Зачет с оценкой

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины "Управление конкурентоспособностью предприятия" составляет

4 зачётные единицы, 144 часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ						
Тема 1.1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью /Ср/	4	8	ПК-8.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия /Ср/	4	6	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3 Оценка конкурентоспособности товара /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3 Оценка конкурентоспособности товара /Сем зан/	4	2	ПК-8.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	

Тема 1.3 Оценка конкурентоспособности товара /Ср/	4	6	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.4 Оценка конкурентоспособности предприятия /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.4 Оценка конкурентоспособности предприятия /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.4 Оценка конкурентоспособности предприятия /Ср/	4	10	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 2. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ						
Тема 2.1 Механизм управления конкурентоспособностью организации /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1 Механизм управления конкурентоспособностью организации /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1 Механизм управления конкурентоспособностью организации /Ср/	4	4	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2 Управление конкурентными преимуществами /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2 Управление конкурентными преимуществами /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	

Тема 2.2 Управление конкурентными преимуществами /Ср/	4	10	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3 Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3 Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3 Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности /Ср/	4	10	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.4 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.4 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.4 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности /Ср/	4	4	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 3. МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ СТРАТЕГИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЯ						
Тема 3.1 Модели конкуренции и конкурентоспособность организации /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1 Модели конкуренции и конкурентоспособность организации /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

				Э1 Э2 Э3		
Тема 3.1 Модели конкуренции и конкурентоспособность организации /Ср/	4	10	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2 Конкурентные преимущества на различных рынках /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2 Конкурентные преимущества на различных рынках /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2 Конкурентные преимущества на различных рынках /Ср/	4	6	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3 Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3 Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности /Сем зан/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3 Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности /Ср/	4	10	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.4. Анализ системы управления конкурентоспособностью /Лек/	4	2	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.4. Анализ системы управления конкурентоспособностью /Ср/	4	10	ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.4. Анализ системы управления конкурентоспособностью /Сем зан/	4	2	ПК-8.3	Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1	0	

				Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3		
Управление конкурентоспособностью предприятия /Конс/	4	2		Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении данной дисциплины применяются следующие инновационные формы:

- Интерактивная лекция;
- Работа в команде (в группах);
- Деловая игра
- Решение ситуационных задач
- Дискуссия.

При этом предусматривается использование таких вспомогательных средств, как мультимедийные проекторы, видеопроекторы, плакаты, раздаточные материалы и т.п.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература

1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Мазилкина Е.И. Г. Г. Паничкина	Управление конкурентоспособностью: учебное пособие (397 с.)	Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019
Л1.2	Леонов, С. А. С. А. Леонов, Ю. А. Попов	Бизнес-планирование. Управление конкурентоспособностью продукции предприятия: учебное пособие (86 с.)	Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020

2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Мазилкина, Е. И. Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина	Управление конкурентоспособностью : учебное пособие (397 с.)	Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019
Л2.2	Береговая, И. Б., Калиева, О. М.	Управление конкурентоспособностью социально-экономических систем. Теория и методология: монография (250 с.)	Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017
Л2.3	Н. А. Рытова	Управление конкурентоспособностью предприятия: конспект лекций для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент магистерская программа «Производственный менеджмент» очной / заочной форм обучения (128 с.)	Донецк : ДОНАУИГС, 2021

3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Н. А. Рытова	Управление конкурентоспособностью предприятия: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент магистерская программа «Производственный менеджмент» очной / заочной форм обучения (46 с.)	Донецк : ДОНАУИГС, 2021

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
ЛЗ.2	Н. А. Рыгова	Управление конкурентоспособностью предприятия: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент магистерская программа «Производственный менеджмент» очной / заочной форм обучения (25 с.)	Донецк : ДОНАУИГС, 2021
ЛЗ.3	Н. А. Рыгова	Управление конкурентоспособностью предприятия: методические рекомендации к выполнению индивидуальных заданий и рефератов для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент магистерская программа «Производственный менеджмент» очной / заочной форм обучения (16 с.)	Донецк : ДОНАУИГС, 2021

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Образовательная платформа ЮРАЙТ" (ООО "Электронное издательство ЮРАЙТ"); режим доступа	www.urait.ru
Э2	Коллекция "Книги - Издательство Лань" ЭБС ЛАНЬ (ООО "Издательство ЛАНЬ"); режим доступа	www.lanbook.com
Э3	ЭБС "Университетская библиотека онлайн" (ООО "НексМедиа"); режим доступа	www.biblioclub.ru

4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Перечень информационных технологий:

- компьютерная техника и системы связи используются для создания, сбора и обработки информации;
- электронные презентации;
- электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь для взаимодействия с обучающимися;
- дистанционные занятия с использованием виртуальной обучающей среды Moodle;
- Skype используется для проведения дистанционного обучения и консультаций;
- электронные библиотечные ресурсы ДОНАУИГС.

Программное обеспечение: MS Word, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда Moodle.

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ФГОУ ВО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС Лань), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Дисциплина «Управление конкурентоспособность предприятий» обеспечена:

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория № 410/3, учебный корпус 3
 - комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран;
 - специализированная мебель: доска аудиторная, столы аудиторные, стулья.
2. Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № 407/3а и № 410/3 учебный корпус 3,
 - специализированная мебель: доска аудиторная, столы аудиторные, стулья;
3. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации: читальный зал, учебный корпус 1. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев, 163А (ФГОУ ВО "ДОНАУИГС").

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Перечень вопросов для промежуточной аттестации (Зачет)

1. Приведите определения конкурентоспособности организации, предложенные разными авторами.
2. Перечислите конкурентные преимущества страны.

3. Какие функции выполняет конкуренция. Приведите примеры.
4. По вашему мнению, какова роль повышения конкурентоспособности предприятия?
5. Что представляет собой рейтинговая оценка конкурентоспособности страны. Перечислите особенности данного подхода.
6. Перечислите особенности конкурентоспособности российских товаров.
7. Что представляет понятие конкурентоспособность товара?
8. Перечислите особенности подходов к определению понятия конкурентоспособность товара, предложенные разными авторами.
9. Перечислите факторы конкурентоспособности товара.
10. Выделите особенности подходов к оценке конкурентоспособности товаров.
11. Изучите определения категории конкурентоспособность предприятия, предложенные разными авторами. В чем сходства и различия?
12. Рассмотрите факторы конкурентоспособности предприятия на конкретном примере.
13. Выделите особенности подходов к оценке конкурентоспособности предприятия.
14. Что представляет собой механизм управления конкурентоспособностью предприятия?
15. Изучите этапы механизма управления конкурентоспособностью предприятия. Рассмотрите на конкретных примерах.
16. Что представляет собой понятие конкурентное преимущество
17. Перечислите особенности модели управления конкурентными преимуществами
18. Какие факторы оказывают влияние на формирование конкурентных преимуществ предприятия?
19. Что включают в себя ключевые компетенции при формировании конкурентных преимуществ товара?
20. В чём заключаются функции управления при формировании конкурентных преимуществ фирмы?
21. Какие решения в области управления конкурентными преимуществами применяются к этапам их жизненного цикла?
22. Выделите стратегии создания и удержания конкурентных преимуществ фирмы.
23. Какие существуют варианты для удержания конкурентных преимуществ предприятия?
24. Перечислите инструменты анализа рыночной доли.
25. Приведите классификацию стратегий конкурентоспособности.
26. Приведите примеры стратегий конкурентоспособности.
27. Каковы особенности инструментария анализа рыночной среды?
28. Какие отличия существуют между ключевыми факторами успеха и конкурентными преимуществами предприятия?
29. Какие элементы включает в себя стратегическая карта конкурентоспособности предприятия?
30. Приведите пример формирования критических факторов успеха на существующем предприятии.
31. В чём заключается суть реинжиниринга в рамках повышения конкурентоспособности?
- 32.
- 33.

5.2. Темы письменных работ

Рекомендуемая тематика рефератов:

Системный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)

Логический подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)

Воспроизводственно-эволюционный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)

Инновационный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)

Деловой подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)

Поведенческий подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)

Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)

Глобальный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)

Интеграционный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)

Виртуальный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)

Стандартизационный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)
 Маркетинговый подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)
 Эксклюзивный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)
 Функциональный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)
 Процессный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)
 Структурный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)
 Ситуационный подход к управлению конкурентоспособностью организации
 Нормативный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)
 Оптимизационный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)
 Административный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации)

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Управление конкурентоспособностью предприятия" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Управление конкурентоспособностью предприятия" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, тестовые задания, доклады, рефераты

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Основными видами деятельности обучающегося являются контактная работа с преподавателем и самостоятельная работа, которая включает в себя подготовку к контактной работе обучающихся с преподавателем, проработку материалов, полученных в процессе этой работы, а также подготовку и выполнение всех видов самостоятельной работы, заявленных в рабочей программе дисциплины.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя.

По зачислении на первый курс или переводу на очередной курс следует провести подготовку к началу обучения. Эта подготовка в самом общем включает несколько необходимых положений:

– Следует убедиться в наличии рабочей программы и необходимых методических указаний по всем видам контактной и самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины, понять требования, предъявляемые к изучению дисциплины. При необходимости надлежит получить на кафедре необходимые указания и консультации, контрольные вопросы для изучения дисциплины.

– Необходимо ознакомиться с рейтинговой балльной системой по дисциплине. Преподаватель обязан ознакомить обучающихся с порядком начисления рейтинговых баллов по всем, предусмотренным рабочей программой дисциплины, видам контактной и самостоятельной работы обучающихся.

– Необходимо создать (рационально и эмоционально) максимально высокий уровень мотивации к последовательному и планомерному изучению дисциплины.

– Необходимо изучить список рекомендованной основной и дополнительной литературы и убедиться в её наличии у себя дома или в библиотеке в бумажном или электронном виде.

– Необходимо иметь «под рукой» специальные и универсальные словари и энциклопедии, для того, чтобы постоянно уточнять значения используемых терминов и понятий. Пользование словарями и справочниками необходимо сделать привычкой. Опыт показывает, что неудовлетворительное усвоение предмета зачастую коренится в неточном, смутном или неправильном понимании и употреблении понятийного аппарата учебной дисциплины.

– Желательно в самом начале периода обучения возможно тщательнее спланировать время, отводимое на контактную и самостоятельную работу по дисциплине, представить этот план в наглядной форме и в дальнейшем его придерживаться, не допуская срывов графика индивидуальной работы и аврала в предсессионный период. При этом необходимо руководствоваться Графиком учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, который входит в состав рабочей программы. Пренебрежение этим пунктом приводит к переутомлению и резкому снижению качества усвоения учебного материала.

– Работу следует начинать с изучения рабочей программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучающихся. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном графиком учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

– Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебника. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Лекционные занятия посвящены рассмотрению ключевых, базовых положений дисциплины и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную проработку. Дисциплина построена по модульному принципу, каждый модуль представляет собой логически завершённый раздел курса.

В ходе лекционных занятий конспектировать учебный материал. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, особое внимание, уделяя целям и задачам, структуре и содержанию курса.

Обучающимся рекомендуется получить в библиотеке учебную литературу по дисциплине, необходимую для эффективной работы на всех видах аудиторных занятий, а также для самостоятельной работы по изучению дисциплины.

Успешное освоение курса предполагает активное, творческое участие студента путем планомерной, повседневной работы.

Семинарские занятия проводятся для закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения для решения практических задач в предметной области дисциплины.

Самостоятельная работа студентов включает проработку лекционного курса, подготовку к практическим, семинарским занятиям и лабораторным работам, выполнение всех заявленных в рабочей программе видов самостоятельной работы (выполнение домашних заданий, расчетно-графических и расчетно-проектировочных работ, курсовых проектов и работ, подготовку к контрольным работам, написание рефератов и пр.). Результаты всех видов работ обучающихся формируются в виде их личных портфолио, которые учитываются на промежуточной аттестации. Самостоятельная работа предусматривает не только проработку материалов лекционного курса, но и их расширение в результате поиска, анализа, структурирования и представления в компактном виде современной информации их всех возможных источников.

В ходе самостоятельной работы необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, методическими указаниями по соответствующему виду самостоятельной работы. При этом необходимо учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы. Очень полезно дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной рабочей программой.

Необходимо строго следовать графика учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, который входит в состав рабочей программы.

Готовясь, по всем непонятным моментам обращаться за методической помощью к преподавателю. Своевременное и качественное подготовка и выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Обучающийся может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы.

Оценивание полученных в процессе изучения дисциплины знаний, умений и навыков проводится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в ДОНАУИГС.

Утвержденные критерии оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, методика начисления рейтинговых баллов при их прохождении представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине, который сформирован как отдельный документ, является приложением к рабочей программе и структурно входит в состав учебно-методического комплекса дисциплины.

Текущий контроль проводится в процессе изучения каждого раздела или модуля дисциплины, его итоговые результаты складываются из рейтинговых баллов, полученных при прохождении всех запланированных контрольных мероприятий с учетом своевременности их прохождения, а также посещаемости аудиторных занятий.

Освоение дисциплины, ее успешное завершение на стадии промежуточного контроля возможно только при регулярной работе во время семестра и планомерном прохождении текущего контроля.

Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме установленных требований, не допускаются к промежуточной аттестации по данной дисциплине, как не выполнившие график учебного процесса по данной дисциплине.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме, установленной учебным планом, и виде, выбранном преподавателем. При этом проводится проверка освоение ключевых, базовых положений дисциплины, составляющих основу остаточных знаний, умений и навыков по ней.

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, которые систематически в течение всего семестра работали на занятиях и показали уверенные знания по вопросам, выносившимся на групповые занятия, также выполнившие все виды контактной и самостоятельной работы, предусмотренные рабочей программой дисциплины, прошедшие все контрольных мероприятий и набравшие при этом количество рейтинговых баллов, превышающее установленное рабочей программой минимальное значение.

Непосредственная подготовка к промежуточной аттестации осуществляется по вопросам, представленным в фонде оценочных средств по дисциплине, которые обучающимся должен предоставить преподаватель. Необходимо тщательно изучить формулировку каждого вопроса, вникнуть в его суть, составить план ответа.

Обычно план включает в себя:

- показ теоретической и практической значимости рассматриваемого вопроса;
- обзор освещения вопроса;
- определение сущности рассматриваемого предмета;
- основные элементы содержания и структуры предмета рассмотрения;
- факторы, логика и перспективы эволюции предмета;
- показ роли и значения рассматриваемого материала для практической деятельности.

План ответа желательно развернуть, приложив к нему ссылки на первоисточники с характерными цитатами.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»**

**Факультет стратегического управления и международного бизнеса
Кафедра менеджмента непроизводственной сферы**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине (модулю)

«Управление конкурентоспособностью предприятия»

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Профиль	«Менеджмент организаций»
Квалификация	МАГИСТР
Форма обучения	очная

Донецк
2023

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью предприятия»

1.1. Основные сведения о дисциплине (модулю)

Таблица 1.1

Характеристика дисциплины (модуля)
(сведения соответствуют разделу РПД)

Образовательная программа	Магистратура
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Профиль	«Менеджмент организаций»
Количество разделов дисциплины	3
Часть образовательной программы	Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.13).
Формы текущего контроля	Текущий контроль (устный опрос, ситуационные задания, тестовые задания по темам, доклады, индивидуальные задания, контроль знаний по разделам)
<i>Показатели</i>	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4
Семестр	4
Общая трудоемкость (академ. часов)	144
Аудиторная контактная работа:	50
Лекционные занятия	24
Семинарские занятия	24
Консультация	2
Самостоятельная работа	94
Контроль	-
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	Зачет с оценкой

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

Таблица 1.2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
ПК-8	ПК-8.2. Определяет подходы к проведению бизнес-анализа и оценки его эффективности	Знать: 1. сущность понятия конкурентоспособность. 2. уровни конкурентоспособности предприятий. 3. конкурентоспособность российских товаров, определять факторы, влияющие на конкурентоспособность товара.	ПК-8.2 З-1 ПК-8.2 З-2 ПК-8.2 З-3
		Уметь: 1. анализировать существующие подходы к оценке конкурентоспособности товара. 2. определять факторы, влияющие на конкурентоспособность организации. 3. определять конкурентные преимущества на торговых и производственных рынках	ПК-8.2 У-1 ПК-8.2 У-2 ПК-8.2 У-3
		Владеть: 1. принципами построения механизма управления конкурентоспособностью организации, техникой управления конкурентоспособностью организации. 2. методическими основами управления конкурентными преимуществами объектов.	ПК-8.2 В-1 ПК-8.2 З-2

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		3. техникой построения модели бизнеса и конкурентные преимущества на разных стадиях жизненного цикла организации.	ПК-8.2 В-3
ПК-8	ПК-8.3: Способен анализировать факторы, условия и функции, повышающие конкурентоспособность предприятия	Знать: 1. конкурентоспособность российских товаров, определять факторы, влияющие на конкурентоспособность товара. 2. модели конкуренции, природу и источники конкурентных преимуществ. 3. природу и источники конкурентных преимуществ.	ПК-8.3 З-1
			ПК-8.3 З-2
			ПК-8.3 З-3
		Уметь: 1. определять факторы, влияющие на конкурентоспособность организации. 2. определять конкурентные преимущества в технологически емких рынках 3. определять конкурентные преимущества в зрелых и в угасающих (заходящих) отраслях	ПК-8.3 У-1
			ПК-8.3 У-2
		Владеть: 1. принципами построения механизма управления конкурентоспособностью организации. 2. техникой управления конкурентоспособностью организации. 3. методическими основами управления конкурентными преимуществами объектов	ПК-8.3 У-3
	ПК-8.3 В-1		
	ПК-8.3 З-2		
	ПК-8.3 В-3		

Таблица 1.3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины (модуля)	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства
Раздел 1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью предприятия				
1.	Тема 1.1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью	4	ПК-8.2 ПК-8.3	Устный опрос, доклад
2.	Тема 1.2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия	4	ПК-8.2 ПК-8.3	Устный опрос, доклад
3.	Тема 1.3. Оценка конкурентоспособности товара	4	ПК-8.2 ПК-8.3	Устный опрос, доклад, типовая задача
4.	Тема 1.4 Оценка конкурентоспособности предприятия	4	ПК-8.2 ПК-8.3	Устный опрос, доклад, типовая задача, контроль знаний по разделу (тестирование)
Раздел 2. Управление конкурентоспособностью предприятия				
5.	Тема 2.1. Механизм управления конкурентоспособностью организации	4	ПК-8.2 ПК-8.3	Устный опрос, доклад, типовая задача
6.	Тема 2.2 Управление конкурентными преимуществами	4	ПК-8.2 ПК-8.3	Устный опрос, доклад, типовая задач
7.	Тема 2.3. Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности	4	ПК-8.2 ПК-8.3	Устный опрос, доклад, типовая задача,
8.	Тема 2.4. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности	4	ПК-8.2 ПК-8.3	Устный опрос, доклад, типовая задача, контроль знаний по разделу (тестирование)
Раздел 3. Модели конкуренции, управление конкурентными стратегиями предприятия				
9.	Тема 3.1 Модели конкуренции и конкурентоспособность	8	ПК-8.2	Устный опрос, доклад, типовая

	организации		ПК-8.3	задача
10.	Тема 3.2 Конкурентные преимущества на различных рынках	8	ПК-8.2 ПК-8.3	Устный опрос, доклад
11.	Тема 3.3 Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности	8	ПК-8.2 ПК-8.3	Устный опрос, доклад
12.	Тема 3.4. Анализ системы управления конкурентоспособностью	8	ПК-8.2 ПК-8.3	Устный опрос, доклад, контроль знаний по разделу (тестирование),

РАЗДЕЛ 2.
ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
«УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению учебной дисциплины. Распределение баллов по видам учебной деятельности представлено в таблице ниже.

Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)

Наименование Раздела/Темы	Вид задания						
	СЗ		Всего за тему	КЗР	Д (СР)	Р (ИЗ)	НС
	УО	РЗ					
Р.1.Т.1.1	1	3	4	8	3	9	10
Р.1.Т.1.2	1	3	4				
Р.1.Т.1.3	1	3	4				
Р.1.Т.1.4	1	3	4				
Р.2.Т.2.1	1	3	4	8	3	9	10
Р.2.Т.2.2	1	3	4				
Р.2.Т.2.3	1	3	4				
Р.1.Т.2.4	1	3	4				
Р.3.Т.3.1	1	3	4	8	3	9	10
Р.3.Т.3.2	1	3	4				
Р.3.Т.3.3	1	3	4				
Р.1.Т.3.4	1	3	4				
Итого: 100 б	12	36	48	24	9	9	10

- УО – устный опрос;
- РЗ – расчетные задачи;
- Д – доклад (сообщение);
- СЗ – семинарское занятие;
- СР – самостоятельная работа;
- КЗР – контроль знаний по Разделу;
- Р – реферат.
- ИЗ – индивидуальное задание
- НС – научная составляющая.

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале каждого семинарского занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);

логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);

своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);

использование дополнительного материала (обязательное условие);

рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется растянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

1 балл (отлично) ставится, если обучающийся:

1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;

2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;

3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

0,5 балл (хорошо) – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.

0,2 балл (удовлетворительно) – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;

2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;

3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

0 баллов (неудовлетворительно) – ставится, если обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины (модуля)	Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля)
Раздел 1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью предприятия	

Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины (модуля)	Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля)
Тема 1.1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью	Сущность понятия конкурентоспособности. Уровни конкурентоспособности предприятий. Рейтинг конкурентоспособности России. Конкурентоспособность российских товаров.
Тема 1.2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия	Методические подходы к оценке конкурентоспособности товара. «Спираль» конкурентоспособности товара. Пирамида конкурентоспособности с позиции потребителя. Качественные и количественные критерии оценки конкурентоспособности бренда.
Тема 1.3 Оценка конкурентоспособности товара	Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
Тема 1.4 Оценка конкурентоспособности предприятия	Предмет, формы, функции и виды конкурентоспособности. Параметрические характеристики конкурентного преимущества. Инструменты и методы повышения конкурентоспособности современного предприятия.
Раздел 2. Управление конкурентоспособностью предприятия	
Тема 2.1 Механизм управления конкурентоспособностью организации	Понятие и сущность механизма управления конкурентоспособностью организации. Этапы управления конкурентоспособностью организации.
Тема 2.2 Управление конкурентными преимуществами	Понятие конкурентного преимущества. Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов Особенности процесса управления конкурентными преимуществами предприятия.
Тема 2.3 Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности	Структура анализа деятельности конкурентов Анализ рыночной доли конкурентов Понятие, сущность и виды стратегии конкурентоспособности
Тема 2.4 Разработка мероприятий по	Построение стратегической карты для

<i>Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины (модуля)</i>	<i>Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля)</i>
повышению конкурентоспособности	разработки рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия Применение реинжинирингового подхода для повышения конкурентоспособности предприятия
Раздел 3. Модели конкуренции, управление конкурентными стратегиями предприятия	
Тема 3.1 Модели конкуренции и конкурентоспособность организации	Современные модели конкуренции Отбор и оптимальное соотношение «хороших» и «плохих» конкурентов в отрасли Природа и источники конкурентных преимуществ Типовые конкурентные преимущества. Преимущество по издержкам и по различию
Тема 3.2 Конкурентные преимущества на различных рынках	Конкурентные преимущества на торговых и производственных рынках. Конкурентные преимущества в технологически емких отраслях. Конкурентные преимущества в зрелых и в угасающих (заходящих) отраслях.
Тема 3.3 Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности	Модели бизнеса и конкурентные преимущества на разных стадиях жизненного цикла организации. Эффективные бизнес-модели и стратегии организации в условиях неопределенности и риска. Стратегии управления конкурентоспособностью организации. Наступательные и оборонительные стратегии.
Тема 3.4. Анализ системы управления конкурентоспособностью	Конкуренция как основная сила развития предприятия. Специфика конкуренции на рынке услуг. Повышение конкурентоспособности фирмы с учетом специфики рынка. Социальная ответственность.

2.2. Оценивание самостоятельной работы обучающихся (доклады, сообщения)

Одной из форм самостоятельной работы является подготовка обучающимся докладов, сообщений или презентаций (по одному докладу по каждому из трех разделов, предусмотренных рабочей программой дисциплины), согласно перечню предложенных тем.

**Оценивание самостоятельной работы обучающихся
(докладов, сообщений, презентаций)**

Максимальное количество баллов	Критерии
3	Доклад содержит полную информацию по представляемой теме, основанную на обязательных литературных источниках и современных публикациях; выступление сопровождается качественным демонстрационным материалом (слайд-презентация, раздаточный материал); выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал; свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории; точно укладывается в рамки регламента (7 минут).
2	Представленная тема раскрыта, однако доклад содержит неполную информацию по представляемой теме; выступление сопровождается демонстрационным материалом (слайд-презентация, раздаточный материал); выступающий ясно и грамотно излагает материал; аргументировано отвечает на вопросы и замечания аудитории, однако выступающим допущены незначительные ошибки в изложении материала и ответах на вопросы.
1	Обучающийся демонстрирует поверхностные знания по выбранной теме, имеет затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии курса; отсутствует сопроводительный демонстрационный материал.
0	Доклад не подготовлен либо имеет существенные пробелы по представленной тематике, основан на недостоверной информации, выступающим допущены принципиальные ошибки при изложении материала.

***ТЕМЫ ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ПРОВЕРКИ
СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ***

**РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Тема 1.1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью

1. Сущность понятия конкурентоспособности.
2. Уровни конкурентоспособности предприятий.
3. Рейтинг конкурентоспособности России.
4. Конкурентоспособность российских товаров.

Тема 1.2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия

1. Методические подходы к оценке конкурентоспособности товара.
2. Спираль» конкурентоспособности товара.
3. Пирамида конкурентоспособности с позиции потребителя.
4. Качественные и количественные критерии оценки конкурентоспособности бренда.

Тема 1.3 Оценка конкурентоспособности товара

1. Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия
2. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия

3. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации

Тема 1.4 Оценка конкурентоспособности предприятия

1. Предмет, формы, функции и виды конкурентоспособности.

2. Параметрические характеристики конкурентного преимущества.

3. Инструменты и методы повышения конкурентоспособности современного предприятия.

РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 2.1 Механизм управления конкурентоспособностью организации

1. Понятие и сущность механизма управления

конкурентоспособностью организации.

2. Этапы управления конкурентоспособностью организации.

Тема 2.2 Управление конкурентными преимуществами

1. Понятие конкурентного преимущества.

2. Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов

3. Особенности процесса управления конкурентными преимуществами предприятия.

Тема 2.3 Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности

1. Структура анализа деятельности конкурентов

2. Анализ рыночной доли конкурентов

3. Понятие, сущность и виды стратегии конкурентоспособности

Тема 2.4 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности

1. Построение стратегической карты для разработки рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия

2. Применение реинжиниринга для повышения конкурентоспособности предприятия

РАЗДЕЛ 3. МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ СТРАТЕГИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 3.1 Модели конкуренции и конкурентоспособность организации

1. Современные модели конкуренции

2. Отбор и оптимальное соотношение «хороших» и «плохих»

конкурентов в отрасли

3. Природа и источники конкурентных преимуществ

4. Типовые конкурентные преимущества. Преимущество по издержкам и по различию

Тема 3.2 Конкурентные преимущества на различных рынках

1. Конкурентные преимущества на торговых

и производственных рынках.

2. Конкурентные преимущества в технологически емких отраслях.

3. Конкурентные преимущества в зрелых и в угасающих (заходящих) отраслях.

Тема 3.3 Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности

1. Модели бизнеса и конкурентные преимущества на разных стадиях жизненного цикла организации.

2. Эффективные бизнес-модели и стратегии организации в условиях неопределенности и риска.

3. Стратегии управления конкурентоспособностью организации.

4. Наступательные и оборонительные стратегии.

Тема 3.4. Анализ системы управления конкурентоспособностью

1. Конкуренция как основная сила развития предприятия.

2. Специфика конкуренции на рынке услуг.

3. Повышение конкурентоспособности фирмы с учетом специфики рынка.

4. Социальная ответственность.

2.3. Оценивание результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела учебной дисциплины проводится тестирование (КЗР).

Критерии оценивания. Уровень выполнения тестовых заданий оценивается в баллах. Баллы выставляются следующим образом: правильное выполнение задания, где надо выбрать один верный ответ, – 1 балл.

Оценивание результатов тестирования обучающихся по разделам дисциплины

Баллы	% правильных ответов	Оценка (государственная)
7-8	75-100	Отлично
4-6	51-75	Хорошо
1-3	25-50	Удовлетворительно
0	менее 25	Неудовлетворительно

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью предприятия

ВЫБЕРИТЕ ОДИН ВЕРНЫЙ ОТВЕТ

Тема 1.1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью

1. В переводе с латинского термин «конкуренция» означает

+: сталкивание

-: борьба

-: услуга

2. Цель конкуренции —

-: занять место на рынке

-: удовлетворить спрос потребителей

+: получение прибыли от реализации товаров

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

-: сильные стороны конкурентов

+: как нужно отвечать на действия конкурентов

-: слабые стороны конкурентов

4. Главным элементом на рынке конкуренции является

- : реклама
- +: товар
- : конкурент

5. Конкурентоспособность товара – это

- : фальсификация товара
- +: уровень его потребительских свойств
- : способ реализации товара

6. Суть принципа «повышение конкурентоспособности» в области качества

- +: подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;
- : позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;
- : 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.

7. Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведется за счет

- +: снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности;
- : увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену;
- : повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.

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

- +: подразумевает устранение недостатков и усиление преимуществ продукции;
- : позволяет обеспечить улучшение производственного климата и взаимопонимания между руководителем и исполнителем путём формирования общих целей, направленных на улучшение стандартов и качества жизни;
- : 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.

9. Потребительские свойства товара – ____

- : фальсификация товара
- +: свойства товара, проявляющиеся при его использовании
- : потребителем в процессе удовлетворения потребностей
- : средство его реализовать

10. Маркетинговая и коммерческая деятельность предприятия ____

- : маркетинговые исследования
- +: позволяет привлечь покупателя к товарам и услугам
- : установление цены

Тема 1.2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия

1. По степени специализации фактора выделяют следующие группы факторов конкурентоспособности:

- а) людские ресурсы, физические ресурсы, ресурс знаний, денежные ресурсы, инфраструктура;

- б) основные и развитые факторы;
- в) общие и специализированные факторы;
- г) внешние и внутренние факторы.

2. К компонентам внешнего окружения системы управления конкурентоспособностью фирмы относятся:

- а) вход, выход, обратная связь;
- б) управляющая и управляемая подсистемы;
- в) поставщики, потребители, посредники, конкуренты;
- г) экономические, политико-правовые, природные, демографические, социально-культурные факторы.

3. В зависимости от способности фирмы оказывать влияние на факторы выделяют следующие группы факторов конкурентоспособности:

- а) людские ресурсы, физические ресурсы, ресурс знаний, денежные ресурсы, инфраструктура;
- б) основные и развитые факторы;
- в) общие и специализированные факторы;
- г) внешние и внутренние факторы.

4. Факторами макросреды системы управления конкурентоспособностью фирмы выступают:

- а) вход, выход, обратная связь;
- б) управляющая и управляемая подсистемы;
- в) поставщики, потребители, посредники, конкуренты;
- г) экономические, политико-правовые, природные, демографические, социально-культурные факторы.

5. К компонентам мезосреды системы управления конкурентоспособностью фирмы относятся:

- а) вход, выход, обратная связь;
- б) специализированная инфраструктура, внутриотраслевая конкурентная среда;
- в) поставщики, потребители, посредники, конкуренты;
- г) экономические, политико-правовые, природные, демографические, социально-культурные факторы.

6. Факторами микросреды системы управления конкурентоспособностью фирмы являются:

- а) вход, выход, обратная связь;
- б) управляющая и управляемая подсистемы;
- в) поставщики, потребители, посредники, конкуренты;
- г) экономические, политико-правовые, природные, демографические, социально-культурные факторы.

7. Вход системы управления конкурентоспособностью фирмы представлен:

- а) экономическими ресурсами, поступающими в систему;
- б) управляющими воздействиями со стороны сверхсистемы;
- в) неуправляемыми факторами, возмущениями, нарушающими нормальный процесс функционирования системы;

- г) все вышеперечисленное верно.

8. Выход системы управления конкурентоспособностью фирмы представлен:

- а) продукцией и услугами фирмы, в том числе сервисными;
- б) выходными информационными ресурсами, в том числе с обратной связью с управляющим органом свёрхсистемы и горизонтальными информационными связями с элементами внешней среды системы;
- в) неуправляемыми факторами, возмущениями, нарушающими нормальный процесс функционирования системы;
- г) все вышеперечисленное верно.

9. Обратная связь системы управления конкурентоспособностью фирмы представлена:

- а) требованиями, предложениями относительно продукции и услуг фирмы, поступающими из сферы потребления в саму систему или непосредственно к поставщикам входа системы;
- б) выходными информационными ресурсами, в том числе с обратной связью с управляющим органом свёрхсистемы и горизонтальными информационными связями с элементами внешней среды системы;
- в) продукцией и услугами фирмы, в том числе сервисными;
- г) экономическими ресурсами, поступающими в систему.

10. Внутренняя структура системы управления конкурентоспособностью фирмы включает:

- а) управляющую подсистему;
- б) управляемую подсистему;
- в) подсистему маркетинга;
- г) подсистему поставщиков;
- д) подсистему посредников.

Тема 1.3. Оценка конкурентоспособности товара

1. Конкурентоспособность продукции – это:

- а) реальная и потенциальная способность разрабатывать и производить выгодно отличающиеся от конкурента товары;
- б) относительная характеристика, указывающая на выгодное отличие от товара-конкурента;
- в) совокупность свойств, отражающих способность продукции удовлетворять определенные потребности.

2. В основе оценки конкурентоспособности продукции лежит:

- а) учет затрат на производство и потребление (эксплуатацию) продукции;
- б) учет технических и качественных характеристик;
- в) сопоставление полезного эффекта и затрат по ее использованию.

3. Конкурентоспособность предприятия:

- а) способность предприятия обеспечивать занятие основной доли на рынке;
- б) способность создавать и использовать стратегические факторы успеха, дающие преимущества перед конкурентами;

в) совокупность потребительских свойств, отражающих способность продукции удовлетворить определенные потребности.

4. Назовите основные отличия конкурентоспособности предприятия от конкурентоспособности продукции:

- а) более длительный промежуток времени оценки;
- б) обязательность оценки;
- в) осуществление оценки не только потребителем, но и самим производителем;
- г) комплексный характер оценки.

5. Что такое конкурентные преимущества предприятия?

а) совокупность ценных для рынка положительных характеристик, которыми обладает предприятие;

б) преимущества предприятия по затратам по сравнению с конкурентами;

в) преимущества предприятия по качественным характеристикам выпускаемой продукции.

6. Что можно отнести к источникам получения конкурентных преимуществ?

- а) новые технологии;
- б) соответствие продукции требованиям стандарта;
- в) снижение издержек;
- г) новые запросы потребителей;
- д) благоприятную экономическую среду;
- г) появление нового сегмента рынка.

7. Виды конкурентных преимуществ предприятия:

- а) дифференциация продуктов;
- б) более низкие издержки на создание и реализацию продукции;
- в) внешние преимущества;
- г) внутренние преимущества.

8. Что может быть отнесено к дифференциации продуктов как конкурентному преимуществу:

- а) выпуск уникальных товаров;
- б) использование дешевой рабочей силы;
- в) выпуск продукции с использованием запатентованной технологии;
- г) использование более низких по стоимости материалов при выпуске продукции.

9. Конкурентоспособность определяет:

а) способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке;

б) способность выдерживать конкуренцию по сравнению с любыми объектами на любом рынке;

в) способность выдерживать конкуренцию по сравнению с любыми объектами на конкретном рынке.

10. В зависимости от масштаба конкуренции выделяются:

- а) целенаправленная и хаотическая конкуренция;
- б) индивидуальная и внутриотраслевая конкуренция;
- в) национальная и глобальная конкуренция;
- г) региональная и межотраслевая конкуренция;
- д) ценовая и неценовая конкуренция.

Тема 1.4. Оценка конкурентоспособности предприятия

1. Под привлекательными рыночными возможностями понимается

- 1) маркетинговая стратегия, которая обеспечивает фирме конкурентные преимущества.
- 2) маркетинговая стратегия, в которой товарное предложение фирмы лучше удовлетворяет потребности целевого рынка, чем предложение конкурентов.
- 3) маркетинговая стратегия и комплекс маркетинга, которые нелегко скопировать конкурентам.
- 4) маркетинговая стратегия, в которой затраты на стимулирование продаж ниже чем у конкурентов.
- 5) маркетинговая стратегия и план, в которых программа фирмы по стимулированию продаж воспринимается потребителями лучше, чем программа у конкурентов.

2. Какие из перечисленных работ предшествуют разработке привлекательной для фирмы маркетинговой стратегии (многие из многих):

- 1) анализ внешней неконтролируемой среды фирмы;
- 2) поиск финансовых ресурсов;
- 3) формулирование целей деятельности фирмы на рынке;
- 4) совершенствование технологии производства продукции;
- 5) анализ внутренних возможностей фирмы;
- 6) сегментация потребителей и их анализ;
- 7) разработка новой продукции.

3. Поиск фирмой привлекательных возможностей на основе «более глубокого проникновения на рынок» предполагает (многие из многих):

- 1) модификацию комплекса маркетинга для выпускаемого фирмой товара на освоенном фирмой рынке.
- 2) разработку комплекса маркетинга для выведения выпускаемого фирмой товара на новый рынок.
- 3) разработку нового товара и комплекса маркетинга для освоенного фирмой рынка.
- 4) разработку нового товара и комплекса маркетинга для нового рынка.

4. Поиск фирмой привлекательных возможностей на основе «развития рынков фирмы» предполагает (многие из многих):

- 1) разработку комплекса маркетинга для выведения выпускаемого фирмой товара на новый рынок.
- 2) модификацию комплекса маркетинга для выпускаемого фирмой товара на освоенном фирмой рынке.
- 3) разработку нового товара и комплекса маркетинга для освоенного фирмой рынка.
- 4) разработку нового товара и комплекса маркетинга для нового рынка.

5. Поиск фирмой привлекательных возможностей на основе «диверсификации» предполагает (многие из многих):

- 1) разработку нового товара и комплекса маркетинга для нового рынка
- 2) модификацию комплекса маркетинга для выпускаемого фирмой товара на освоенном фирмой рынке.

3) разработку комплекса маркетинга для выведения выпускаемого фирмой товара на новый рынок.

4) разработку нового товара и комплекса маркетинга для освоенного фирмой рынка.

6. Для сегментации по параметрам потребителя товаров потребительского назначения могут использоваться следующие параметры (многие из многих):

- 1) возраст;
- 2) уровень образования;
- 3) рост;
- 4) уровень доходов;
- 5) вес;
- 6) стиль жизни;
- 7) частота и количество закупок товара.

7. При использовании метода пошаговой сегментации в сегмент объединяют группу респондентов, имеющих:

- 1) одинаковый набор (комплекс) потребностей.
- 2) одинаковую конкретную потребность.
- 3) одинаковые квалифицирующие потребности.
- 4) различные определяющие потребности.

8. К внешним факторам, определяющим конкурентоспособность предприятия, относятся:

- а) состояние национальной экономики;
- б) состояние спроса;
- в) состояние факторов производства;
- г) воздействие родственных и поддерживающих отраслей;
- д) состояние конкурентной среды;
- е) элемент случайного события;
- ж) политика государства.

9. Под конкурентной позицией понимается:

- а) конкретное положение предприятия относительно его конкурентов;
- б) доля предприятия на рынке.

10. Верно ли утверждение?

- а) конкурентное позиционирование необходимо предприятию для демонстрации внешнему окружению собственных конкурентных преимуществ, сокрытия собственных конкурентных недостатков и выявления недостатков конкурентов;
- б) конкурентное позиционирование необходимо предприятию для определения стратегических задач дальнейшего наращивания конкурентного потенциала и усиления конкурентоспособности в целях удержания и укрепления конкурентной позиции.

РАЗДЕЛ 2. Управление конкурентоспособностью предприятия

ВЫБЕРИТЕ ОДИН ВЕРНЫЙ ОТВЕТ

Тема 2.1. Механизм управления конкурентоспособностью организации

1. К мерам государственного регулирования конкурентоспособности предприятий относятся:

- а) законодательно-правовые и нормативные средства воздействия на развитие конкуренции и ограничение монополистической деятельности;
- б) средства программного воздействия на конкурентоспособность;
- в) регулирование экспортно-импортной деятельности;
- г) регулирование деятельности средств массовой информации.

2. Лоббирование — это:

- а) процесс деятельности в различных органах власти с целью выявления и представления в этих органах интересов определенных общественных групп;
- б) процесс деятельности в различных органах власти с целью выявления и представления в этих органах личных интересов;
- в) подкуп депутатов и чиновников.

3. Верно ли утверждение: «Государственное регулирование экономики — это система мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, осуществляемых правомочными государственными учреждениями и общественными организациями в целях приспособления существующей социально-экономической системы к изменяющимся условиям?»

- а) да;
- б) нет.

4. Какие инструменты используются для реализации методов государственного воздействия?

- а) лицензирование, регламентация, антимонопольные запреты, квотирование, стандарты, нормативы;
- б) государственные заказы, займы, дотации и субсидии;
- в) прогнозы, планы, программы;
- г) налоги, налоговые льготы, таможенные пошлины, учетная ставка, норматив обязательных резервов, операции на открытом рынке, валютные интервенции.

5. Что предусматривают государственные целевые программы?

- а) конечную цель;
- б) комплекс ресурсов;
- в) этапы и сроки реализации;
- г) головную организацию исполнителей и состав исполнителей;
- д) механизм производственно-хозяйственных связей;
- е) систему ответственности и экономического стимулирования.

6. Каковы цели государственного предпринимательства?

- а) коммерческие;
- б) общенациональные;
- в) региональные;
- г) глобальные.

7. В рамках субъектов рынка, деятельность которых создает условия для конкуренции, выделяют основные факторы конкурентной среды рынка:

- а) государство и его политика в области регулирования конкуренции;
- б) предприятия, вступающие на рынок и обостряющие конкурентную борьбу;
- в) потребители продукции, оказывающие давление на предприятия отрасли;
- г) поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий на отраслевом рынке;

- д) производители товаров заменителей;
- е) предприятия, выпускающие взаимодополняющие товары;
- ж) предприятия производители.

8. Какой индекс рассчитывается с учетом порядкового номера предприятия, полученного на основе ранжирования долей от максимального до минимального?

- а) индекс Херфиндаля;
- б) индекс Розенблюта.

9. Выстройте последовательность этапов проведения анализа деятельности конкурентов:

- а) диагностика целей и намерений конкурентов;
- б) постановка цели и формирование информационной базы;
- в) анализ рыночной доли конкурентов;
- г) анализ организации сбытовой сети конкурентов и используемых средств стимулирования организации;
- д) исследование динамики цен конкурентов;
- е) построение конкурентной карты рынка;
- ж) изучение приемов и методов реализации товарной политики конкурентов;
- з) оценка финансовой стабильности конкурентов.

10. Знание целей конкурента позволяет:

- а) определить степень его удовлетворенности текущей позицией на рынке;
- б) предвидеть возможные действия по изменению существующей расстановки сил.

Тема 2.2. Управление конкурентными преимуществами

1. Конкурентное преимущество – это:

А) уникальная сильная сторона компании, выделяющая ее среди конкурентов благодаря качественным, временным, стоимостным и инновационным показателям;

- Б) основа долгосрочного успеха всей организации или отдельного продукта;
- В) все вышесказанное;
- Г) ничего из вышесказанного.

2. К маркетинговым факторам, оказывающим влияние на покупательское поведение, относятся:

- А) возраст;
- Б) цена товара;
- В) восприятие;
- Г) образ жизни.

3. Классификационные признаки потребностей:

- А) демографические, экономические, политические, культурные;
- Б) массовый, сегментированный, множественный;
- В) по товарным группам, по регионам, по группам потребителей, по функциям;
- Г) физиологические, социальные, психологические, интеллектуальные.

4. Назовите факторы, влияющие на поведение покупателя на рынке:

- А) спрос, потребность, нужда;
- Б) конкуренты, организации производители, посредники;
- В) факторы культурного порядка, психологические, социальные, экономические;**

- Г) упаковка товара, маркировка, качество и внешнее оформление товара.

5. Большинство людей следует сложной схеме принятия решения о покупке, приобретая:

) новый сорт хлеба; Б) новый вид туалетной бумаги;

В) новый телевизор;

Г) новую марку зубной пасты.

6. Микросреда маркетинга обусловлена:

А) деятельностью высшего руководства фирмы и службы управления маркетингом;
Б) состоянием контролируемых факторов и деятельностью поставщиков, конкурентов, посредников, клиентов и контактных аудиторий;

В) состоянием экономики, демографии, политики, права, культуры, науки и техники, окружающей среды;

Г) деятельностью высшего руководства фирмы и службы управления маркетингом, а также состоянием неконтролируемых факторов.

7. Какие из перечисленных ниже факторов не относятся к факторам макросреды:

А) экономические факторы;

Б) технологические факторы; В) демографические факторы; Г) конкурентные факторы.

8. Ремаркетинг: А) выявляет скрытый спрос и превращает его в реальный; Б) оживляет падающий спрос; В) возбуждает отсутствующий спрос; Г) регулирует колеблющийся спрос.

9. Массовый маркетинг представляет собой:

А) сбыт товаров массовому потребителю;

Б) массовое производство и сбыт товаров;

В) массовое производство, массовое распределение и массовое стимулирование одного и того же товара для всех покупателей.

10. Первыми этапами создания новых товаров являются:

А) разработка, рассмотрение, отбор и коммерческий анализ идей;

Б) создание образа;

В) пробное производство товаров.

Тема 2.3. Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности

1. Функциональные стратегии также называются

а) конкурентными;

б) поддерживающими;

в) корпоративными;

г) деловыми.

2. Функциональные стратегии обеспечивают

а) создание конкурентного преимущества;

б) синергетический эффект за счет объединения двух или более бизнес-единиц в рамках одного предприятия;

в) поддержку выполнения деловой стратегии предприятия;

г) создание конкурентного преимущества за счет удлинения технологической цепочки предприятия.

3. Функциональные стратегии отражают конкретные пути достижения специфических целей предприятия, стоящих перед его

- а) высшим руководством;
- б) стратегическими бизнес-единицами;
- в) персоналом;
- г) функциональными службами.

4. К функциональным стратегиям относятся

- а) маркетинговая стратегия;
- б) стратегия дифференциации;
- в) стратегия фокусирования;
- г) стратегия внешнеэкономической деятельности.

5. К функциональным стратегиям относятся

- а) финансовая стратегия;
- б) стратегия диверсификации;
- в) инновационная стратегия;
- г) стратегия лидерства в издержках.

6. Стратегические направления в сфере производства

- а) развитие производственной инфраструктуры;
- б) управление качеством;
- в) мотивация персонала;
- г) разработка новых видов продукции.

7. При разработке функциональной стратегии необходимо

- а) определить роль и конкретное содержание функциональной подсистемы
- б) четко провести разграничения между функциональными областями
- в) определить тип конкурентного преимущества
- г) определить ключевые факторы успеха отрасли

8. Составляющие маркетинговой стратегии:

- а) ценовая политика;
- б) система мотивации персонала;
- в) выбор каналов распределения;
- г) привлечение заемного капитала.

9. Задачи финансовой стратегии:

- а) систематическое обновление оборудования;
- б) рост стоимости собственного капитала;
- в) улучшение условий труда;
- г) оптимизация соотношения собственного и заемного капитала.

10. Разработку систем мероприятий по решению природоохранных проблем предполагает стратегия

- а) производственная
- б) финансовая
- в) социальная
- г) экологическая

Тема 2.4. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности

1. Средства, вложенные в разработку товара, могут окупаться на этапе:

- А) выведения на рынок;
- Б) зрелости;
- В) роста.

2. Основная особенность неценовой конкуренции состоит:

- А) в повышении научно-технического уровня производства и расширении возможностей фирмы;
- Б) в минимизации сроков поставки товаров;
- В) в улучшении потребительских свойств товара.

3. Определите, какой из названных товаров НЕ относится к товарам кратковременного пользования:

- А) хлеб;
- Б) зубная паста;
- В) бензин для машины;
- Г) фен.

4. Назовите виды сбыта:

- А) нулевой, одноуровневый, двухуровневый, трехуровневый;
- Б) горизонтальный, вертикальный;
- В) прямой, косвенный, смешанный;
- Г) автотранспортом, ж\д транспортом, воздушным и водным транспортом.

5. Предприятие, осуществляющее разработку нового товара, реализует пробный маркетинг, чтобы:

- А) определить емкость рынка;
- Б) установить возможный объем продаж;
- В) выявить отношение потребителей;
- Г) принять окончательное решение о запуске товара в серийное производство.

РАЗДЕЛ 3. Модели конкуренции, управление конкурентными стратегиями предприятия

ВЫБЕРИТЕ ОДИН ВЕРНЫЙ ОТВЕТ

Тема 3.1 Модели конкуренции и конкурентоспособность организации

1. Для существования рыночной экономики необходимо:

- а) свобода выбора производителей в принятии решений +
- б) запрет конкуренции
- в) отсутствие частной собственности на средства производства

2. Верны ли следующие суждения о действии рынка:

- 1) на рынке происходит процесс выравнивания цен
- 2) в условиях рынка цены зависят от спроса и предложения
- а) только 1 +
- б) только 2
- в) оба верны +
- г) нет верного ответа

3. Конкуренция производителей и продавцов на рынке приводит к:

- а) увеличению числа производителей на рынке

- б) росту затрат производителей на изготовление товара
- в) улучшению качества обслуживания +

4. Равновесная цена:

- а) возникает в условиях конкуренции +
- б) устраивает только продавцов
- в) устанавливается государством

5. Совершенная конкуренция:

- а) наличие единственного производителя на рынке
- б) существование нескольких крупных производителей, делящих рынок определенной продукции
- в) присутствие на рынке множества производителей, выпускающих однотипную продукцию +

6. Все перечисленные ниже понятия, за исключением одного, относятся к характеристике рынка. Найдите и укажите понятие, «выпадающее» из этого ряда:

- а) монополия
- б) монархия +
- в) конкуренция

7. Найдите черты совершенной конкуренции:

- а) рынок делят между собой несколько крупных фирм-производителей, государство оказывает значительное влияние на цены
- б) цены устанавливает небольшое число крупных производителей, на рынке присутствует большое количество продавцов и покупателей
- в) отсутствует контроль за ценами со стороны государства, на рынке присутствует большое количество продавцов и покупателей +

8. Монополия:

- а) наличие единственного производителя на рынке +
- б) существование нескольких крупных производителей, делящих рынок определенной продукции
- в) присутствие на рынке множества производителей, выпускающих однотипную продукцию

9. Неценовая конкуренция включает в себя:

- а) увеличение прибыли благодаря повышению цен
- б) увеличение продаж от понижения цены
- в) дифференциацию продукта +

10. Неценовая конкуренция включает в себя:

- а) увеличение прибыли благодаря небольшому спросу
- б) совершенствование продукта +
- в) увеличение продаж от понижения цены

Тема 3.2 Конкурентные преимущества на различных рынках

1. Монополист, реализуя свой продукт по разным ценам различным группам потребителей, осуществляет:

- а) ценовое регулирование +

- б) ценовой демпинг
- в) политику выравнивания цен

2. **Монополист, реализуя свой продукт по разным ценам различным группам потребителей, осуществляет:**

- а) ценовой демпинг
- б) ценовую экспансию
- в) ценовую дискриминацию +

3. **Монополистическая равновесная цена по сравнению с ценой рынка совершенной конкуренции будет:**

- а) выше +
- б) ниже
- в) такой же

4. **Объем выпуска продукции монополиста по сравнению с совершенной конкуренцией будет:**

- а) такой же
- б) меньше +
- в) больше

5. **Экономически наиболее эффективна при долгосрочном равновесии:**

- а) олигополия
- б) монополия
- в) совершенная конкуренция +

6. **Предприятие, на рынке монополистической конкуренции, в краткосрочном периоде может:**

- а) работать при убытках, превышающих постоянные издержки
- б) максимизировать прибыль +
- в) получать нормальную прибыль

7. **Предприятие, на рынке монополистической конкуренции, в краткосрочном периоде может:**

- а) получать нормальную прибыль
- б) минимизировать убытки
- в) установить цену на уровне предельного дохода +

8. **Предприятие выпускает в условиях монополистической конкуренции:**

- а) диверсифицированную продукцию
- б) уникальный продукт +
- в) стандартизированный продукт

9. **Предприятие выпускает в условиях монополистической конкуренции:**

- а) дифференцированный продукт +
- б) стандартизированный продукт
- в) унифицированный продукт

10. **Кривая спроса предприятия в условиях несовершенной конкуренции эластична на отрезке, соответствующем:**

- а) отрицательному предельному доходу
- б) положительному предельному доходу +
- в) нулевому предельному доходу

неопределенности

1. Направления, по которым происходит изучение позиции потребителей, включают:

- а) определение социальных, культурных, психологических и экономических факторов, влияющих на поведение потребителей;
- б) оценку силы влияния перечисленных факторов на поведение потребителей и процесс принятия им решений о покупке;
- в) исследование взаимосвязи между принимаемыми решениями о покупке и реальным выбором потребителя.

2. Оценка потенциального потребителя продукции конкурента осуществляется по следующим характеристикам:

- а) культурный слой;
- б) классификация потребителей по социальным параметрам;
- в) персональные характеристики потребителя;
- г) возможность психологического влияния;
- д) экономические возможности потребителя.

3. Если коэффициент эластичности спроса по ценам больше единицы, то:

- а) количество предприятий, реализующих данный товар небольшое;
- б) потребители продукции конкурента малочувствительны к изменению цены;
- в) товар предназначен для специального сегмента покупателей;
- г) товар занимает значительную часть в бюджете потребителей;
- д) увеличение или уменьшение цены на продукцию не изменит общий объем получаемой выручки от продаж.

4. Построение конкурентной карты рынка представляет собой:

- а) классификацию конкурентов по занимаемой ими позиции на рынке;
- б) классификацию конкурентов по используемой ими стратегии на рынке.

5. Схема диагностики отрасли (по М. Портеру) включает следующие конкурентные силы:

- а) угроза вхождения новых конкурентов;
- б) способность поставщиков торговаться;
- в) соперничество между существующими конкурентами;
- г) способность покупателей торговаться;
- д) угроза появления товаров заменителей;
- е) угроза появления большого количества взаимодополняющих товаров.

6 Матрица Бостонской Консалтинговой группы позволяет организации:

- а) классифицировать каждое из своих стратегических хозяйственных подразделений по его доле на рынке относительно основных конкурентов и темпам годового роста в отрасли;
- б) определить, какое из подразделений организации занимает ведущие позиции по сравнению с конкурентами;
- в) позволяет произвести предварительное распределение финансовых ресурсов между подразделениями.

7. Конкурентные стратегии поведения классифицируются по степени их активности на:

- а) Наступательная.
- б) Внедрения.

- в) Оборонительная.
- г) Отступления или ухода с рынка.

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

- а) ценовая конкуренция;
- б) неценовая конкуренция;*
- с) недобросовестная конкуренция;
- д) прямая конкуренция.

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

- а) виолентная стратегия;
- б) коммутантная стратегия;
- с) пациентная стратегия;*
- д) экплерентная стратегия.

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

- а) виолентная стратегия;
- б) коммутантная стратегия;
- с) пациентная стратегия;
- д) экплерентная стратегия.*

Тема 3.4. Анализ системы управления конкурентоспособностью

1. Монополистический рынок характеризуется:

- а) дифференциацией продукта
- б) свободой выхода
- в) блокированным входом +

2. Монополистический рынок характеризуется:

- а) свободой входа
- б) одним предприятием +
- в) дифференциацией продукта

3. Модель рынка совершенной конкуренции характеризуется:

- а) дифференциацией продукта
- б) разной степенью доступности рыночной информации
- в) множеством мелких фирм +

4. Модель рынка совершенной конкуренции характеризуется:

- а) разной степенью доступности рыночной информации
- б) легкими условиями вступления в отрасль +
- в) высокой степенью концентрации и централизации капитала и производства

«лидерством в ценах»

5. Рынок чистой конкуренции характеризуется формой конкурентной борьбы:

- а) ценовая +
- б) реклама

в) лидерство в ценах

6. Предприятие в условиях долгосрочного равновесия при монополистической конкуренции:

а) присваивает монопольную прибыль

б) получает экономическую прибыль

в) получает нормальную прибыль +

7. Предприятие в условиях долгосрочного равновесия при монополистической конкуренции:

а) возмещает общие издержки +

б) получает экономическую прибыль

в) не возмещает переменные издержки

8. На основе представленной характеристики определите тип рынка: «Рынок состоит из множества покупателей и продавцов, товар дифференцирован, рынок сегментирован, товары продаются в широком диапазоне цен»:

а) рынок совершенной конкуренции;

б) рынок монополистической конкуренции;

в) рынок олигополии;

г) рынок чистой монополии.

9. Существует ли причинно-следственная связь между категориями «конкурентоспособность» и «конкурентные преимущества»?

а) да;

б) нет.

10. В общую систему детерминантов «национального ромба» М. Портер включил следующие вспомогательные детерминанты:

а) параметры факторов;

б) роль случая;

в) родственные и поддерживающие отрасли;

г) роль правительства.

2.4. Оценивание результатов практических заданий (расчетных задач)

Максимальное количество баллов	Правильность (ошибочность решения)
3	Полные верные ответы. В логичном рассуждении при ответах нет ошибок, задание полностью выполнено. Получены правильные ответы, ясно прописанные во всех строках заданий и таблиц.
2	Ответы в целом верные. В работе присутствуют несущественные механические ошибки или опiski, несколько исказившие логическую последовательность ответа.
1	Допущены более трех ошибок в логическом рассуждении, в расчетах.
0	Ответы неверные или отсутствуют.

**ТИПОВЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ (РАСЧЕТНЫЕ ЗАДАЧИ) ДЛЯ
ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ**

**РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы управления
конкурентоспособностью предприятия**

Тема 1.1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью

Задание 1

Задание 2. Необходимо определить индекс развития человеческого потенциала страны, если частный индекс уровня образования в ней составляет 0,92; частный индекс валового внутреннего продукта на душу населения равен 0,85; ожидаемая продолжительность жизни составляет 68 лет (продолжительность жизни, принимаемая для расчетов как максимальная и минимальная составляет соответственно 85 и 25 лет). Можно ли отнести эту страну в группу стран с высоким уровнем человеческого развития?

Тема 1.2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия

Задание 2

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

Тема 1.3. Оценка конкурентоспособности товара

Задание 3

Используя методику А.И. Банникова, проведите оценку конкурентоспособности товаров (исходные данные представлены в таблице).

Таблица 4

Данные для расчета

Параметры	Значимость параметра	Экспертные значения параметров (по 10-ти балльной шкале, где 1 – наихудшее значение параметра, 10 –наилучшее значение параметра)	
		Товар 1	Товар 2
Нормативные	-	1	1
Технические:	-	-	-
Параметр 1	0,2	9	6
Параметр 2	0,3	10	7
Параметр 3	0,1	7	9
Параметр 4	0,1	8	10
Параметр 5	0,1	6	8
Параметр 6	0,1	5	8
Параметр 7	0,1	8	9
Экономические	-	8	9

1. Определите наиболее конкурентоспособный товар.
2. Какие параметры необходимо совершенствовать для наименее конкурентоспособного товара? Поясните ответ.

3. Опишите преимущества и недостатки методики оценки конкурентоспособности товара А.И. Банникова.

Тема 1.4. Оценка конкурентоспособности предприятия

Задание 4

На рынке имеется несколько предприятий, выпускающие вентиляторы. В таблице 8 представлены данные исходных показателей по 4 предприятиям. Необходимо дать рейтинговую оценку конкурентоспособности предприятий.

Таблица 8

Данные для расчета

Показатели	1	2	3	4
№1	4	4	4	5
№2	4	3	6	4
№3	6	5	4	3
№4	5	5	5	6
Вес показателя	0,2	0,2	0,3	0,3

РАЗДЕЛ 2. Управление конкурентоспособностью предприятия

Тема 2.1. Механизм управления конкурентоспособностью организации

Задание 5

В отрасли А и в отрасли В функционирует по 10 фирм. При этом в отрасли А рыночная доля самой крупной формы равна 49%, а трех последующих, соответственно, по 7% и оставшиеся фирмы – по 5%.

В отрасли В каждая из четырех крупных фирм занимает 19%, а доля следующей по величине фирмы составляет 14%. Оставшиеся 5 мелких фирм поровну разделили 10% рынка.

Необходимо рассчитать уровень концентрации и индекс Херфиндаля-Хиршмана для 4 крупных фирм в каждой отрасли.

Тема 2.2. Управление конкурентными преимуществами

Задание 6

Доли основных хозяйствующих субъектов, действующих на рынке вольфрамового концентрата на территории РФ (по объему продукции) приведены в таблице. Определить уровни концентрации по показателям CR3, CR5 и НИИ.

Хозяйствующий субъект	2019 г., доля, %	2020 г., доля, %
компания «АИР»	17,48%	1,94%
Лермонтовский ГОК	30,74%	30,92%
ЗАО «Новоорловский ГОК»	14,60%	23,32%
ЗАО «Закаменск»	2,21%	0,28%
ООО «Старательская <u>артель</u> «Кварц»	5,48%	7,43%

По приведенным в таблице данным, рассчитайте с помощью индекса НИИ в какой отрасли организации труднее войти на рынок

Тема 2.3. Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности

Задание 7

На отечественном рынке имеется несколько заводов по производству кирпичей. Объем их выручки, полученный в 2022 году, характеризуется следующими данными.

Таблица 14

Исходные данные

	Объем выручки, тыс. руб.
Завод 1	6000
Завод 2	76000
Завод 3	80000
Завод 4	73000
Завод 5	98000
Завод 6	7000
Завод 7	12600
Завод 8	20000

Рассчитайте четырехдольный показатель концентрации и индекс Херфиндаля–Хиршмана. Определите остроту конкуренции на данном сегменте рынка.

Тема 2.4. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности

Задание 8

Чему равен показатель «интенсивность конкуренции», если объем прибыли, получаемый всеми конкурентами на рынке, составляет 5000 у.е., а общий объем реализации продукции на нем равен 15 000 у.е.?

РАЗДЕЛ 3. Модели конкуренции, управление конкурентными стратегиями предприятия

Тема 3.1 Модели конкуренции и конкурентоспособность организации

Задание 9

На рынке функционирует 6 конкурентов, объем продаж продукции которых составляет 100, 300, 500, 1000, 700, 50 условных единиц (у.е.) соответственно. Чему равен показатель «интенсивность конкуренции»?

Тема 3.2 Конкурентные преимущества на различных рынках

Задание 10

Потребление рыбопродуктов в центральных областях России на 20 % ниже, чем на Дальнем Востоке. Рассчитайте емкость рынка данной продукции Владивостока, если

годовая емкость рынка Смоленска составляет 18 млн. кг. Численность населения данных го- родов 700 тыс. и 400 тыс. жителей соответственно.

Тема 3.3 Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности

Задание 11

Предприятие специализируется на производстве садово-огородного инвентаря. В таблице представлены объем реализации продукции за два года, доля рынка предприятия и сильнейшего конкурента по каждому виду продукции.

Исходные данные для расчета конкурентоспособности

Наименование продукции	Объем реализации, тыс.руб		Доля рынка 2018 г, %	
	2022 г	2023 г	Предприятие	Конкурент
Соковыжималка СВАСА-308	2900	2500	34	17
Тележка двухколесная	590	649	33	21
Ящик овощной складной	90	130	5	7
Садово-огородный инвентарь в ассортименте	280	448	15	10
Газонокосилки малогабаритные	1850	2405	11	9
Запчасти к отечественным мотоблокам	580	348	40	18
Лестница-стремянка ЛС-3	980	686	16	16
Опрыскиватели	900	40	2	2

Определите: долю каждого вида продукции в общем объеме реализации предприятия за 2018 год. Постройте матрицу БКГ и сформируйте товарную стратегию для каждого вида продукции предприятия на основе анализа матрицы БКГ

Тема 3.4. Анализ системы управления конкурентоспособностью

Задание 12

Объемы продаж организаций отрасли равны соответственно 40, 30, 10, 20, 50, 70.

1) Определите долю концентрации.

2) Определите индекс Херфиндела-Хиршмана.

Задание 9. В таблице представлены объемы товарного предложения некоторой продукции на рынке одного из регионов.

Товарное предложение некоторой продукции на рынке

Производители	Объем товарного предложения, млн. руб
Производитель 1	394 4
Производитель 2	155 02
Производитель 3	223 3
Производитель 4	906
Производитель 5	376 6
Оптовые продавцы аналогичных товаров иностранных производителей	306 2,1
Отечественные продавцы аналогичных товаров иностран-ных производителей из других регионов	685 6

Определите доли предприятий и проведите оценку состояния конкурентной среды.

2.5. Оценивание индивидуальной работы (рефератов)

Цель данной работы – осмысление и углубление знаний по данной дисциплине, развитие навыков самостоятельной работы по сбору, систематизации материала, проведению исследования и анализа на примере конкретного региона, города или конкретного предприятия индустрии туризма. Являясь одним из видов научно-исследовательской работы студентов, реферат способствует формированию у обучающихся аналитического, творческого мышления.

Максимальное количество баллов	Критерии
Отлично (7-9 баллов)	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
Хорошо (5-6 баллов)	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов.

	Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
Удовлетворительно (2-4 балла)	Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.
Неудовлетворительно (0-1 балл)	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

ТЕМА 1.1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью

- 1.1 Сущность понятия конкурентоспособности
- 1.2 Уровни конкурентоспособности предприятий
- 1.3 Рейтинг конкурентоспособности России
- 1.4 Конкурентоспособность российских товаров

ТЕМА 1.2. Оценка конкурентоспособности товара

- 2.1 Понятие и сущность конкурентоспособности товара
- 2.2 Анализ существующих подходов к оценке конкурентоспособности товара
- 2.3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность товара

ТЕМА 1.3. Оценка конкурентоспособности предприятия

- 3.1 Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия
- 3.2 Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия
- 3.3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации

Раздел 2 УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

ТЕМА 2.1. Механизм управления конкурентоспособностью организации

- 4.1 Понятие и сущность механизма управления конкурентоспособностью организации
- 4.2 Этапы управления конкурентоспособностью организации

ТЕМА 2.2. Управление конкурентными преимуществами

- 5.1 Понятие конкурентного преимущества
- 5.2 Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов

5.3 Особенности процесса управления конкурентными преимуществами предприятия

ТЕМА 2.3. Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности

6.1 Структура анализа деятельности конкурентов

6.2 Анализ рыночной доли конкурентов

6.3 Понятие, сущность и виды стратегии конкурентоспособности

ТЕМА 2.4. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности

7.1 Построение стратегической карты для разработки рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия

7.2 Применение реинжинирингового подхода для повышения конкурентоспособности предприятия

Раздел 3. МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ СТРАТЕГИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ТЕМА 3.1. Модели конкуренции и конкурентоспособность организации

8.1. Современные модели конкуренции

8.2. Отбор и оптимальное соотношение «хороших» и «плохих» конкурентов в отрасли

8.3. Природа и источники конкурентных преимуществ

8.4. Типовые конкурентные преимущества. Преимущество по издержкам и по различию

ТЕМА 3.2. Конкурентные преимущества на различных рынках

9.1. Конкурентные преимущества на торговых и производственных рынках

9.2. Конкурентные преимущества в технологически емких отраслях

9.3. Конкурентные преимущества в зрелых и в угасающих (заходящих) отраслях

ТЕМА 3.3. Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности

10.1. Модели бизнеса и конкурентные преимущества на разных стадиях жизненного цикла организации

10.2. Эффективные бизнес-модели и стратегии организации в условиях неопределенности и риска

10.3. Стратегии управления конкурентоспособностью организации.

Наступательные и оборонительные стратегии

2.6. Оценивание научной составляющей

Критерии оценивания научной составляющей. К общим критериям оценивания научной составляющей (научной статьи, тезисов доклада) относятся следующие: уровень постановки исследовательской проблемы; актуальность и оригинальность темы работы, ее практическая и/или теоретическая значимость; логичность доказательства (рассуждения); корректность в использовании литературных источников; количество проанализированных источников литературы по теме; глубина исследования; соответствие оформления работы общепринятым требованиям для научных трудов.

Оценивание научной составляющей

Максимальное количество баллов		Критерии
Научная статья	Тезисы доклада	
10	5	Выставляется обучающемуся, если работа исследовательская, полностью посвящена решению одной научной проблемы, пусть не глобального плана, но сформулированной самостоятельно. Тема малоизученная, практически не имеющая описания, для раскрытия которой требуется самостоятельно делать многие выводы, сопоставляя точки зрения из соседних областей исследования. Цель реализована последовательно, сделаны необходимые выкладки, нет несущественной информации, перегружающей текст ненужными подробностями. Текст содержит все необходимые ссылки на авторов в тех случаях, когда даётся информация принципиального содержания (определения, описания, обобщения, характеристика, мнение, оценка т.д.), при этом автор умело использует чужое мнение при аргументации своей точки зрения, обращаясь к авторитетному источнику. Список литературы охватывает все основные источники по данной теме, доступные обучающемуся. Рассмотрение проблемы строится на достаточно глубоком содержательном уровне. Работа имеет чёткую структуру, обусловленную логикой темы, правильно оформленный список литературы, корректно сделанные ссылки и содержание.

8	4	<p>Выставляется обучающемуся, если работа частично поисковая – в работе есть проблемы, которые имеют частный характер (не отражающие тему в целом, а касающиеся только каких-то её аспектов). Тема с достаточным количеством «белых пятен», либо проблема поставлена достаточно оригинально, вследствие чего тема открывается с неожиданной стороны. В работе либо упущены некоторые важные аргументы, либо есть несущественная информация, перегружающая текст ненужными подробностями, но в целом логика есть. Текст содержит наиболее необходимые ссылки на авторов в тех случаях, когда делается информация принципиального содержания (определения, обобщения, описания, характеристика, мнение, оценка и т.д.). Список литературы имеет несколько источников, но упущены некоторые важные аспекты рассматриваемой проблемы. Рассмотрение проблемы строится на содержательном уровне, но глубина рассмотрения относительна. Работа в целом соответствует требованиям, но имеет некоторые недочёты, либо одно из требований не выполняется.</p>
6	3	<p>Выставляется обучающемуся, если работа в целом репродуктивна, но сделаны неплохие самостоятельные обобщения. Тема изученная, но в ней появились «белые пятна» вследствие новых данных, либо тема относительно малоизвестная, но проблема «искусственная», не представляющая истинного интереса для науки. В работе можно отметить некоторую логичность в выстраивании информации, но целостности нет. Противоречий нет, но ссылок либо практически нет, либо они делаются редко, далеко не во всех необходимых случаях. Список литературы представлен 1-2 источниками. Работа строится на основе одного серьёзного источника, остальные – популярная литература, используемая как иллюстрация. Работа имеет некую структуру, но нестрогую, требования к оформлению выдержаны частично.</p>
0	0	<p>Выставляется обучающемуся, если работа репродуктивного характера – присутствует лишь информация из других источников, нет обобщений, нет содержательных выводов. Тема всем известная, изучена подробно, в литературе освещена полно. При этом автор не сумел показать, чем обусловлен его выбор кроме субъективного интереса, связанного с решением личных проблем или любопытством. Работа представляет собой бессистемное изложение того, что известно автору по данной теме. В работе практически нет ссылок на авторов тех или иных точек зрения, которые местами могут противоречить друг другу и использоваться не к месту. Нет списка литературы. Работа поверхностна, иллюстративна, источники в основном имеют популярный характер. Оформление носит абсолютно случайный характер, обусловленный собственной логикой автора.</p>

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДОВАННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ (НАУЧНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ:

1. Понятие и уровни конкурентоспособности предприятий
2. Анализ существующих подходов к оценке конкурентоспособности товара
3. Факторы, влияющие на конкурентоспособность товара
4. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия
5. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
6. Этапы управления конкурентоспособностью организации
7. Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов
8. Построение стратегической карты для разработки рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия
9. Применение реинжинирингового подхода для повышения конкурентоспособности предприятия
10. Современные модели конкуренции
11. Природа и источники конкурентных преимуществ
12. Типовые конкурентные преимущества. Преимущество по издержкам и по различию
13. Конкурентные преимущества на торговых и производственных рынках
14. Модели бизнеса и конкурентные преимущества на разных стадиях жизненного цикла организации
15. Эффективные бизнес-модели и стратегии организации в условиях неопределенности и риска
16. Стратегии управления конкурентоспособностью организации. Наступательные и оборонительные стратегии

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ) ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

ТЕМА 1.1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью

1. Сущность понятия конкурентоспособности
2. Уровни конкурентоспособности предприятий
3. Рейтинг конкурентоспособности России
4. Конкурентоспособность российских товаров

ТЕМА 1.2. Оценка конкурентоспособности товара

5. Понятие и сущность конкурентоспособности товара
6. Анализ существующих подходов к оценке конкурентоспособности товара
7. Факторы, влияющие на конкурентоспособность товара

ТЕМА 1.3. Оценка конкурентоспособности предприятия

8. Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия

- 9. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия
- 10. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации

Раздел 2 УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

ТЕМА 2.1. Механизм управления конкурентоспособностью организации

- 11. Понятие и сущность механизма управления конкурентоспособностью организации
- 12. Этапы управления конкурентоспособностью организации

ТЕМА 2.2. Управление конкурентными преимуществами

- 13. Понятие конкурентного преимущества
- 14. Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов
- 15. Особенности процесса управления конкурентными преимуществами предприятия

ТЕМА 2.3. Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности

- 16. Структура анализа деятельности конкурентов
- 17. Анализ рыночной доли конкурентов
- 18. Понятие, сущность и виды стратегии конкурентоспособности

ТЕМА 2.4. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности

- 19. Построение стратегической карты для разработки рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия
- 20. Применение реинжинирингового подхода для повышения конкурентоспособности предприятия

Раздел 3. МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ СТРАТЕГИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ТЕМА 3.1. Модели конкуренции и конкурентоспособность организации

- 21. Современные модели конкуренции
- 2.2. Отбор и оптимальное соотношение «хороших» и «плохих» конкурентов в отрасли
- 2.3. Природа и источники конкурентных преимуществ
- 2.4. Типовые конкурентные преимущества. Преимущество по издержкам и по различию

ТЕМА 3.2. Конкурентные преимущества на различных рынках

- 25. Конкурентные преимущества на торговых и производственных рынках
- 26. Конкурентные преимущества в технологически емких отраслях
- 9.3. Конкурентные преимущества в зрелых и в угасающих (заходящих) отраслях

ТЕМА 3.3. Управление конкурентными стратегиями в условиях неопределенности

- 27. Модели бизнеса и конкурентные преимущества на разных стадиях жизненного цикла организации
- 28. Эффективные бизнес-модели и стратегии организации в условиях неопределенности и риска
- 29. Стратегии управления конкурентоспособностью организации. Наступательные и оборонительные стратегии