



Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 03.06.2022 13:18:09
Уникальный программный ключ:
777029a1882856141bfb9e855f0a3c8b6edae59e

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

РЕКОМЕНДОВАНО К
УТВЕРЖДЕНИЮ
Директор филиала ДГТУ в
г. Дербенте И.М. Мейланов

Подпись ИОФ

20.08. 2018г.

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
Н.С. Суракатов

Подпись ИОФ

24.09. 2018г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине: Б1.В.ДВ.05.02 – Основы конкурентоспособности организаций
наименование дисциплины по ООП и код по ФГОС

для направления (специальности) 38.03.01 – Экономика

по профилю 38.03.01 – Экономика предприятий и организаций
шифр и полное наименование направления (специальности)

Факультет: Филиал в г. Дербент
наименование факультета, где ведется дисциплина

Квалификация выпускника (степень) бакалавр
бакалавр

Форма обучения очная/заочная, курс 1/1 семестр(ы) 2/2
очная, заочная, др.

Всего трудоемкость в зачетных единицах (часах) 3 ЗЕТ (108 ч)

лекции 34/9 (час) экзамен -

практические (семинарские) занятия 17/4 (час); зачет 2/2
семестр

лабораторные занятия _____ (час); самостоятельная работа 57/91 (час);
курсовой проект (работа РГР) - (семестр).

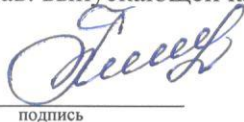
Зав. кафедрой ЕГО и СД  Г.М. Гусейнова
подпись

Начальник УО  Э.В. Магомаева

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций примерной ООП ВО по направлению 38.03.01 «Экономика» и по профилю «Экономика предприятий и организаций».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 06.09.2018 года, протокол № 1.

Зав. выпускающей кафедрой по данному профилю



подпись

Г.М. Гусейнова
И.О.Ф

ОДОБРЕНО
Методическим советом филиала
38.00.00
шифр и полное наименование


Экономика
направления

Председатель к.ф.н. Г.М. Гусейнова



подпись, ИОФ

АВТОР ПРОГРАММЫ



Атаева Б.М.
подпись, ИОФ

ст.преподаватель
ФИО, уч.степень, ученое звание, подпись

12.09. 2018г.

1. Цели освоения дисциплины

Ее цель и задача - дать студентам необходимые знания и умения, в том числе:

- теоретические знания об экономике фирмы;
- прикладные знания в области развития форм и методов экономического управления фирмой в условиях рыночной экономики;
- умение самостоятельно творчески использовать теоретические знания в процессе последующего обучения в соответствии с учебными планами подготовки бакалавров.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

«Основы конкурентоспособности организаций» является дисциплиной по выбору Б1.В.ДВ.5 Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.03.01. – Экономика предприятий и организаций.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) «Основы конкурентоспособности организаций»

Вместе с другими дисциплинами ФГОС ВО «**Основы конкурентоспособности организаций**» обеспечивает инструментарий формирования следующих компетенций бакалавра экономики:

- способен использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способен выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами (ПК-3);
- способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационный обзор и/или аналитический отчет (ПК-7).

В результате изучения дисциплины (модуля) студенты должны:

Знать: Теоретические основы конкурентоспособности организации.

Уметь: Анализировать и интерпретировать управленческую и иную информацию с целью управления конкурентоспособностью организации в условиях воздействия внешней среды.

Обладать навыками: Навыками разработки стратегии организации, направленной на управление конкурентоспособностью в условиях воздействия неопределенной внешней среды.

4. Структура и содержание дисциплины (модуля) «Основы конкурентоспособности организаций»

(трудоемкость 3 ЗЕТ (108 ч.) проводится сроком 17 недель (34 ч. лк., 17 ч. пз., СР-57 ч.) в 2 семестре - зачет)

4.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины Тема лекции и вопросы	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
				ЛК	ПЗ	ЛР	СР	
1.	Лекция 1. Конкуренция как фактор маркетинговой среды организации	2	1	2	2		5	Входная контрольная работа
2.	Лекция 2. Конкурентные преимущества объектов	2	2	2	-		5	
3.	Лекция 3. Конкурентоспособность товара	2	3	2	2		5	
4.	Лекция 4. Оценка конкурентоспособности товара	2	4	2	-		5	
5.	Лекция 5. Управление конкурентоспособностью товаров	2	5	2	2		5	Аттест. контрольная работа №1
6.	Лекция 6. Особенности оценки конкурентоспособности услуг	2	6-7	4	2		5	
7.	Лекция 7. Конкурентоспособность организации	2	8-9	4	2		5	
8.	Лекция 8. Анализ деятельности конкурентов	2	10-11	4	2		5	Аттест контрольная работа №2
9.	Лекция 9. Оценка конкурентоспособности организации	2	12-13	4	2		5	
10.	Лекция 10. Конкурентные стратегии	2	14-15	4	2		5	Аттест контрольная работа №3
11.	Лекция 11. Информационные технологии в управлении конкурентоспособностью	2	16-17	4	1		7	
	Итого:			34	17		57	зачет

4.2. Содержание практических занятий

№	№ лекции из рабочей программы	Наименование практического занятия	Количество часов	Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
1.	Лк 1,2	Конкуренция: генезис понятия. Четыре уровня осмысления особенностей происхождения конкуренции. Уровни конкуренции. Основные признаки и элементы конкуренции. Структура процесса конкуренции. Классификация типов, видов и форм конкуренции. Сила конкуренции при различных	1	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы

		формах конкурентного рынка. Варианты изменения конкуренции между фирмами. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу. Конкурентная среда бизнеса. Функции фирмы. Основные субъекты бизнеса: клиенты, контрагенты, конкуренты (прямые, условно-прямые, косвенные), общественность. Виды рынков. Политика конкуренции и антимонопольное регулирование. Методы регулирования конкуренции. Состав конкурентного законодательства. Федеральный антимонопольный орган и территориальные органы, созданные в субъектах Российской Федерации.		
2.	Лк 2	Понятие конкурентного преимущества. Внешнее и внутреннее конкурентное преимущество. Уровень конкурентного превосходства фирмы. Ресурсы предприятия, лежащие в основе конкурентных преимуществ: осязаемые и неосязаемые. Факторы конкурентного преимущества: тактический и стратегический. Операционное и стратегическое конкурентное преимущество. Теория конкурентного преимущества М. Портера. Виды конкурентных преимуществ. Жизненный цикл конкурентного преимущества организации. Общие (базовые) стратегии конкуренции (по М. Портеру). Стратегия первопроходца. Стратегия синергизма. Факторы удержания конкурентного преимущества.	1	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
3.	Лк 3	Подходы различных исследователей к определению понятия «конкурентоспособность». Конкурентоспособность на разных уровнях управления. Факторы конкурентоспособности. Подходы различных исследователей к определению понятия «конкурентоспособность товара». Место понятия «конкурентоспособность товара» среди других экономических категорий. Конкурентоспособность и качество товара. Ценовые факторы конкурентоспособности товара. Неценовые факторы конкурентоспособности товара. Уровень конкурентоспособности товара. Критерии конкурентоспособности товара. Запас конкурентоспособности товара. Классификация товаров-конкурентов.	1	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
4.	Лк 4	Принципы оценки конкурентоспособности товаров. Порядок оценки конкурентоспособности товаров. Классификация методов оценки конкурентоспособности товаров.	1	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
5.	Лк 5	Факторы повышения конкурентоспособности товаров. Принцип компенсации для свойств товаров. Тактика и стратегия повышения конкурентоспособности товаров на различных потребительских сегментах.	2	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
6.	Лк 6	Роль и сущность услуг. Классификация услуг. Принципиальные особенности и критерии оценки конкурентоспособности услуг. Методы оценки конкурентоспособности в сфере услуг. Номенклатура критериев оценки конкурентоспособности услуг: критерии результата исполнения услуги; критерии культуры обслуживания; критерии условий обслуживания; критерии доступности.	2	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы

7.	Лк 7	Подходы различных исследователей к определению понятия «конкурентоспособность фирмы». Сопоставление категорий «конкурентоспособность товара» и «конкурентоспособность фирмы». Формальная и реальная конкурентоспособность субъектов предпринимательского бизнеса. Внешние и внутренние факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия. Индикаторы конкурентоспособности предприятия. Уровень конкурентоспособности субъектов предпринимательского бизнеса. Возможности достижения конкурентоспособности предприятия. Принцип компенсации для фирмы.	2	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
8.	Лк 8	Типы конкурентов (по Ф. Котлеру): рыночный лидер, рыночный претендент, рыночный последователь, организация, нашедшая рыночную нишу. Типы конкурентного поведения. Источники информации о деятельности конкурирующих фирм. Этапы исследования деятельности конкурентов. Накопительная картотека информации о конкурентах. Метод анализа сильных и слабых сторон предприятия в конкурентной борьбе.	2	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
9	Лк 9	Цель оценки конкурентоспособности предприятия. Методы оценки конкурентоспособности предприятия: матричный метод, метод, использующий в качестве основного подхода оценку товара предприятия, метод, основанный на теории эффективной конкуренции, метод, основанный на поведении покупателей на рынке. Конкурентный статус организации.	2	
10	Лк 10	Понятие и этапы разработки конкурентной стратегии. Этапы разработки конкурентной стратегии. Типы стратегий конкурентной борьбы. Маркетинговые стратегии повышения конкурентоспособности продукции.	2	
11	Лк 11	Схема процесса управления конкурентоспособностью и ИТ на каждом этапе процесса. Технология MindMap. Примеры ИС. Принципы СУПр (система управления проектом). Системы планирования. СЭДО. СУБД. Специализированные ИС. Системы для проведения анализа.	1	
Итого:			17	

4.3 Тематика для самостоятельной работы студента

- Тема 1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью организации
 - Тема 2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организации
 - Тема 3. Управление конкурентными преимуществами
 - Тема 4. Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности организации
 - Тема 5. Механизм управления конкурентоспособностью организации
 - Тема 6. Конкурентоспособность товара
 - Тема 7. Оценка конкурентоспособности организации
 - Тема 8. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности организации
- Общее количество часов СРС 57 часов**

Структура и содержание дисциплины (модуля)
«Основы конкурентоспособности организаций» для заочной формы обучения
(трудоемкость 3 ЗЕТ (108 ч.) (9 ч. лк., 4 ч. пз., СР-91 ч.)
Форма промежуточной аттестации – 1 курс -зачет)

4.4. Содержание дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины Тема лекции и вопросы	Курс	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
			ЛК	ПЗ	ЛР	СР	
1.	Лекция 1. Конкуренция как фактор маркетинговой среды организации	1	2	2		8	
2.	Лекция 2. Конкурентные преимущества объектов	1	2	2		8	
3.	Лекция 3. Конкурентоспособность товара	1	2			10	
4.	Лекция 4. Оценка конкурентоспособности товара	1	2			10	
5.	Лекция 5. Управление конкурентоспособностью товаров	1	1			6	
6.	Лекция 6. Особенности оценки конкурентоспособности услуг	1				8	
7.	Лекция 7. Конкурентоспособность организации	1				6	
8.	Лекция 8. Анализ деятельности конкурентов	1				10	
9.	Лекция 9. Оценка конкурентоспособности организации	1				10	
10.	Лекция 10. Конкурентные стратегии	1				5	
11.	Лекция 11. Информационные технологии в управлении конкурентоспособностью	1				10	
	Итого:	1	9	4		91	зачет

4.5. Содержание практических занятий

№	№ лекции из рабочей программы	Наименование практического занятия	Количество часов	Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
1.	Лк 1,2	Конкуренция: генезис понятия. Четыре уровня осмысления особенностей происхождения конкуренции. Уровни конкуренции. Основные признаки и элементы конкуренции. Структура процесса конкуренции. Классификация типов, видов и форм конкуренции. Сила конкуренции при различных формах конкурентного рынка. Варианты изменения конкуренции между фирмами. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу. Конкурентная среда бизнеса. Функции фирмы. Основные субъекты бизнеса: клиенты, контрагенты, конкуренты (прямые, условно-прямые, косвенные), общественность. Виды рынков. Политика конкуренции и антимонопольное регулирование. Методы	1	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы

		регулирования конкуренции. Состав конкурентного законодательства. Федеральный антимонопольный орган и территориальные органы, созданные в субъектах Российской Федерации.		
2.	Лк 2	Понятие конкурентного преимущества. Внешнее и внутреннее конкурентное преимущество. Уровень конкурентного превосходства фирмы. Ресурсы предприятия, лежащие в основе конкурентных преимуществ: осязаемые и неосязаемые. Факторы конкурентного преимущества: тактический и стратегический. Операционное и стратегическое конкурентное преимущество. Теория конкурентного преимущества М. Портера. Виды конкурентных преимуществ. Жизненный цикл конкурентного преимущества организации. Общие (базовые) стратегии конкуренции (по М. Портеру). Стратегия первопроходца. Стратегия синергизма. Факторы удержания конкурентного преимущества.	1	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
3.	Лк 3	Подходы различных исследователей к определению понятия «конкурентоспособность». Конкурентоспособность на разных уровнях управления. Факторы конкурентоспособности. Подходы различных исследователей к определению понятия «конкурентоспособность товара». Место понятия «конкурентоспособность товара» среди других экономических категорий. Конкурентоспособность и качество товара. Ценовые факторы конкурентоспособности товара. Неценовые факторы конкурентоспособности товара. Уровень конкурентоспособности товара. Критерии конкурентоспособности товара. Запас конкурентоспособности товара. Классификация товаров-конкурентов.	1	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
4.	Лк 4	Принципы оценки конкурентоспособности товаров. Порядок оценки конкурентоспособности товаров. Классификация методов оценки конкурентоспособности товаров.	1	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
5.	Лк 5	Факторы повышения конкурентоспособности товаров. Принцип компенсации для свойств товаров. Тактика и стратегия повышения конкурентоспособности товаров на различных потребительских сегментах.		Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
6.	Лк 6	Роль и сущность услуг. Классификация услуг. Принципиальные особенности и критерии оценки конкурентоспособности услуг. Методы оценки конкурентоспособности в сфере услуг. Номенклатура критериев оценки конкурентоспособности услуг: критерии результата исполнения услуги; критерии культуры обслуживания; критерии условий обслуживания; критерии доступности.		Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
7.	Лк 7	Подходы различных исследователей к определению понятия «конкурентоспособность фирмы». Сопоставление категорий «конкурентоспособность товара» и «конкурентоспособность фирмы». Формальная и реальная конкурентоспособность субъектов предпринимательского бизнеса. Внешние и внутренние факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия. Индикаторы		Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы

		конкурентоспособности предприятия. Уровень конкурентоспособности субъектов предпринимательского бизнеса. Возможности достижения конкурентоспособности предприятия. Принцип компенсации для фирмы.		
8.	Лк 8	Типы конкурентов (по Ф. Котлеру): рыночный лидер, рыночный претендент, рыночный последователь, организация, нашедшая рыночную нишу. Типы конкурентного поведения. Источники информации о деятельности конкурирующих фирм. Этапы исследования деятельности конкурентов. Накопительная картотека информации о конкурентах. Метод анализа сильных и слабых сторон предприятия в конкурентной борьбе.		Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
9	Лк 9	Цель оценки конкурентоспособности предприятия. Методы оценки конкурентоспособности предприятия: матричный метод, метод, использующий в качестве основного подхода оценку товара предприятия, метод, основанный на теории эффективной конкуренции, метод, основанный на поведении покупателей на рынке. Конкурентный статус организации.		
10	Лк 10	Понятие и этапы разработки конкурентной стратегии. Этапы разработки конкурентной стратегии. Типы стратегий конкурентной борьбы. Маркетинговые стратегии повышения конкурентоспособности продукции.		
11	Лк 11	Схема процесса управления конкурентоспособностью и ИТ на каждом этапе процесса. Технология MindMap. Примеры ИС. Принципы СУПр (система управления проектом). Системы планирования. СЭДО. СУБД. Специализированные ИС. Системы для проведения анализа.		
Итого:			4	

4.6 Тематика для самостоятельной работы студента

- Тема 1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью организации
- Тема 2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организации
- Тема 3. Управление конкурентными преимуществами
- Тема 4. Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности организации
- Тема 5. Механизм управления конкурентоспособностью организации
- Тема 6. Конкурентоспособность товара
- Тема 7. Оценка конкурентоспособности организации
- Тема 8. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности организации

Общее количество часов СРС 91 часов

5. Образовательные технологии

На протяжении изучения всего курса необходимо уделять особое внимание установлению межпредметных связей, демонстрации возможности применения полученных знаний в практической деятельности. В целом, следует стремиться к широкому использованию прогрессивных, эффективных и инновационных методов, таких как:

ГРУППОВАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ - форма обучения, позволяющая обучающимся эффективно взаимодействовать в микрогруппах при формировании и закреплении знаний.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ МЕТОД ОБУЧЕНИЯ - метод обучения, обеспечивающий возможность организации поисковой деятельности обучаемых по решению новых для них проблем, в процессе которой осуществляется овладение обучаемыми методами научного познания и развитие творческой деятельностью.

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД - это подход, акцентирующий внимание на результатах образования, причём в качестве результата рассматривается не сумма усвоенной информации, а способность человека действовать в различных проблемных ситуациях. Тип (набор) этих ситуаций зависит от типа (специфики) образовательного учреждения, для профессиональных образовательных учреждений - от видов деятельности определяемых стандартом специальности будущих специалистов. **ЛИЧНОСТНООРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ** - это такое обучение, где во главу угла ставится личность обучаемого, ее самобытность, самооценку, субъективный опыт каждого сначала раскрывается, а затем согласовывается с содержанием образования.

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД - подход к обучению, позволяющий научить студентов самостоятельно «добывать» знания из разных областей, группировать их и концентрировать в контексте конкретной решаемой задачи.

МЕТОД РЕЙТИНГА - определение оценки деятельности личности или события. В последние годы начинает использоваться как метод контроля и оценки в учебно- воспитательном процессе.

МОДУЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ - организация образовательного процесса, при котором учебная информация разделяется на модули (относительно законченные и самостоятельные единицы, части информации). Совокупность нескольких модулей позволяет раскрывать содержание определённой учебной темы или даже всей учебной дисциплины. Модули могут быть целевыми (содержат сведения о новых явлениях, фактах), информационными (материалы учебника, книги), операционными (практические упражнения и задания). Модульное обучение способствует активизации самостоятельной учебной и практической деятельности учащихся.

ПРОБЛЕМНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД - подход к обучению, позволяющий сфокусировать внимание студентов на анализе и разрешении какой-либо конкретной проблемной ситуации, что становится отправной точкой в процессе обучения.

РАЗВИВАЮЩЕЕ ОБУЧЕНИЕ - ориентация учебного процесса на потенциальные возможности человека и на их реализацию. В концепции развивающего обучения учащийся рассматривается не как объект обучающих воздействий учителя, а как самоизменяющийся субъект учения.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

ПЕРЕЧЕНЬ

вопросов контрольной работы по проверке входных знаний студентов

- 1 Понятие дефиниции конкурентоспособность предприятия, товара, страны, предложенные различными авторами
- 2 Показатели конкурентоспособности страны, уровни конкурентоспособности организации
- 3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
- 4 уровень конкурентоспособности России в рейтинге конкурентоспособности стран
- 5 ВТО: понятие, сущность, основные моменты
- 6 Преимущества и недостатки вступления России в ВТО
- 7 Конкурентные стратегии: понятие, подходы к определению
- 8 Виды конкурентных стратегий по М. Портеру, примеры
- 9 Виды конкурентных стратегий по Юданову, примеры

ПЕРЕЧЕНЬ

вопросов текущих контрольных работ по дисциплине «Основы конкурентоспособности организаций» Аттестационная контрольная работа №1

1. Конкуренция: генезис понятия.
2. Четыре уровня осмысления особенностей происхождения конкуренции.
3. Уровни конкуренции.
4. Основные признаки и элементы конкуренции.
5. Структура процесса конкуренции.
6. Классификация типов, видов и форм конкуренции.

7. Сила конкуренции при различных формах конкурентного рынка.
8. Варианты изменения конкуренции между фирмами.
9. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу.
10. Конкурентная среда бизнеса.
11. Функции фирмы.

Аттестационная контрольная работа №2

1. Федеральный антимонопольный орган и территориальные органы, созданные в субъектах Российской Федерации.
2. Понятие конкурентного преимущества.
3. Внешнее и внутреннее конкурентное преимущество.
4. Уровень конкурентного превосходства фирмы.
5. Ресурсы предприятия, лежащие в основе конкурентных преимуществ: осязаемые и неосязаемые.
6. Факторы конкурентного преимущества: тактический и стратегический.
7. Операционное и стратегическое конкурентное преимущество.
8. Теория конкурентного преимущества М. Портера.
9. Виды конкурентных преимуществ.
10. Жизненный цикл конкурентного преимущества организации. Общие (базовые) стратегии конкуренции (по М. Портеру).

Аттестационная контрольная работа №3

1. Факторы удержания конкурентного преимущества.
2. Подходы различных исследователей к определению понятия «конкурентоспособность».
3. Конкурентоспособность на разных уровнях управления.
4. Факторы конкурентоспособности.
5. Подходы различных исследователей к определению понятия «конкурентоспособность товара».
6. Место понятия «конкурентоспособность товара» среди других экономических категорий.
7. Конкурентоспособность и качество товара.
8. Ценовые факторы конкурентоспособности товара.

ПЕРЕЧЕНЬ

вопросов на зачет по дисциплине «Основы конкурентоспособности организаций»

1. Конкуренция: генезис понятия.
2. Четыре уровня осмысления особенностей происхождения конкуренции.
3. Уровни конкуренции.
4. Основные признаки и элементы конкуренции.
5. Структура процесса конкуренции.
6. Классификация типов, видов и форм конкуренции.
7. Сила конкуренции при различных формах конкурентного рынка.
8. Варианты изменения конкуренции между фирмами.
9. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу.
10. Конкурентная среда бизнеса.
11. Функции фирмы.
12. Основные субъекты бизнеса: клиенты, контрагенты, конкуренты (прямые, условно-прямые, косвенные), общественность.
13. Виды рынков.
14. Политика конкуренции и антимонопольное регулирование.
15. Методы регулирования конкуренции.
16. Состав конкурентного законодательства.
17. Федеральный антимонопольный орган и территориальные органы, созданные в субъектах Российской Федерации.
18. Понятие конкурентного преимущества.
19. Внешнее и внутреннее конкурентное преимущество.
20. Уровень конкурентного превосходства фирмы.
21. Ресурсы предприятия, лежащие в основе конкурентных преимуществ: осязаемые и неосязаемые.
22. Факторы конкурентного преимущества: тактический и стратегический.
23. Операционное и стратегическое конкурентное преимущество.

24. Теория конкурентного преимущества М. Портера.
25. Виды конкурентных преимуществ.
26. Жизненный цикл конкурентного преимущества организации. Общие (базовые) стратегии конкуренции (по М. Портеру).
27. Стратегия первопроходца.
28. Стратегия синергизма.
29. Факторы удержания конкурентного преимущества.
30. Подходы различных исследователей к определению понятия «конкурентоспособность».
31. Конкурентоспособность на разных уровнях управления.
32. Факторы конкурентоспособности.
33. Подходы различных исследователей к определению понятия «конкурентоспособность товара».
34. Место понятия «конкурентоспособность товара» среди других экономических категорий.
35. Конкурентоспособность и качество товара.
36. Ценовые факторы конкурентоспособности товара.
37. Неценовые факторы конкурентоспособности товара.
38. Уровень конкурентоспособности товара.
39. Критерии конкурентоспособности товара.
40. Запас конкурентоспособности товара.
41. Классификация товаров-конкурентов.
42. Принципы оценки конкурентоспособности товаров.
43. Порядок оценки конкурентоспособности товаров.
44. Классификация методов оценки конкурентоспособности товаров.
45. Факторы повышения конкурентоспособности товаров.
46. Принцип компенсации для свойств товаров.
47. Тактика и стратегия повышения конкурентоспособности товаров на различных потребительских сегментах.
48. Роль и сущность услуг. Классификация услуг.
49. Принципиальные особенности и критерии оценки конкурентоспособности услуг.
50. Методы оценки конкурентоспособности в сфере услуг.
51. Номенклатура критериев оценки конкурентоспособности услуг: критерии результата исполнения услуги; критерии культуры обслуживания; критерии условий обслуживания; критерии доступности.
52. Подходы различных исследователей к определению понятия «конкурентоспособность фирмы».
53. Сопоставление категорий «конкурентоспособность товара» и «конкурентоспособность фирмы».
54. Формальная и реальная конкурентоспособность субъектов предпринимательского бизнеса.
55. Внешние и внутренние факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия. Индикаторы конкурентоспособности предприятия.
56. Уровень конкурентоспособности субъектов предпринимательского бизнеса.
57. Возможности достижения конкурентоспособности предприятия.
58. Принцип компенсации для фирмы.
59. Типы конкурентов (по Ф. Котлеру): рыночный лидер, рыночный претендент, рыночный последователь, организация, нашедшая рыночную нишу.
60. Типы конкурентного поведения.
61. Источники информации о деятельности конкурирующих фирм.
62. Этапы исследования деятельности конкурентов.
63. Накопительная картотека информации о конкурентах.
64. Метод анализа сильных и слабых сторон предприятия в конкурентной борьбе.
65. Цель оценки конкурентоспособности предприятия.
66. Методы оценки конкурентоспособности предприятия: матричный метод, метод, использующий в качестве основного подхода оценку товара предприятия, метод, основанный на теории эффективной конкуренции, метод, основанный на поведении покупателей на рынке.
67. Конкурентный статус организации.
68. Понятие и этапы разработки конкурентной стратегии.
69. Этапы разработки конкурентной стратегии.
70. Типы стратегий конкурентной борьбы.
71. Маркетинговые стратегии повышения конкурентоспособности продукции.
72. Схема процесса управления конкурентоспособностью и ИТ на каждом этапе процесса.

73. Технология MindMap.
74. Примеры ИС.
75. Принципы СУПр (система управления проектом).
76. Системы планирования. СЭДО.
77. СУБД.
78. Специализированные ИС.
79. Системы для проведения анализа.

ПЕРЕЧЕНЬ

вопросов контрольной работы по проверке остаточных знаний студентов

1. Понятие, сущность, структура конкурентной среды. Инструменты развития конкурентной среды.
2. Способы оценки экономической концентрации товарных рынков (показатели: понятие, особенности)
3. Структура анализа деятельности конкурентов.
4. Конкурентный анализ: этапы 14 5 сил М.Портера, пример
5. Бенчмаркинг: понятие, особенности, пример
6. Понятие, сущность конкурентоспособности предприятия
7. Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации
8. Методы оценки конкурентоспособности организации
9. Подходы к управлению конкурентоспособностью организации
10. Методы оценки конкурентоспособности товара
11. Алгоритм оценки конкурентоспособности организации
12. Мероприятия по повышению конкурентоспособности организации
13. Система сбалансированных показателей
14. Механизм управления конкурентоспособностью организации предприятия
15. Теория конкурентных преимуществ как основа составления конкурентной стратегии организации

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература

1.Круглик В. М. Конкурентоспособность предприятия (фирмы): Уч. пос./В.М.Круглик, А.К.Александров и др.; Под общ.ред. В.М.Круглика - М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2013-285с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=405186>

2. Абабков Ю. Н.Обеспечение конкурентоспособности предприятия туризма: Учебник / Ю.Н. Абабков, И.Г. Филиппова; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 144 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=223645>

3. Алексейчева Е. Ю.Экономика организации (предприятия) : учебник для бакалавров. - Москва: "Дашков и К", 2013. // <http://znanium.com/bookread.php?book=415188>

Дополнительная литература.

1. Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество. - Москва: Альпина Паблишер, 2013. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9794> 4. Шив Чарльз Д.Реальные полномочия: самостоятельность сотрудников как ключ к успеху. - Москва: Альпина Паблишер, 2011. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9918>

2. Косолапова М.В.Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. - Москва: "Дашков и К", 2012. // <http://znanium.com/bookread.php?book=343541>

Интернет-ресурсы:

информационно-справочные и поисковые системы.

- ru.wikipedia.org

- www.consultant.ru

- www.garant.ru

- www.google

- www.yandex.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Основы конкурентоспособности организаций»

Для изучения дисциплины «Основы конкурентоспособности организации» используется следующее материально-техническое обеспечение:

- библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная математическая и

экономическая литература, экономическая научная и деловая периодика);

- компьютеризированные рабочие места для обучаемых с доступом в Интернет;
- аудитории, оборудованные проекционной техникой.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций примерной ООП ВО по направлению «Экономика» и профилю подготовки «Экономика предприятий и организаций».

Рецензент от выпускающей кафедры (работодателя) по направлению

Б.М. Атаева

подпись

И.О.Ф.