

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

СОГЛАСОВАНО
Директор института
магистратуры

И.В. Ярмоленко
« 19 » май 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор института

Ю.А. Дорошенко
« 25 » май 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)

Управление конкурентоспособностью фирмы

направление подготовки:

38.04.02 Менеджмент

Направленность программы (профиль):

Стратегический менеджмент
Корпоративный маркетинг
Международный бизнес

Квалификация

магистр

Форма обучения

заочная

Институт экономики и менеджмента

Кафедра маркетинга


Белгород 2021

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02– Менеджмент, утвержден 12.08.2020 г., № 952
- плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова по направлению подготовки: «Менеджмент», профиль подготовки – Корпоративный маркетинг, введенного в действие в 2021 году.


Составитель (составители): д.э.н., проф.  (Е.Д. Щетинина)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой стратегического менеджмента

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф.  (Ю.А.Дорошенко)

« 14 » мая 2021г.

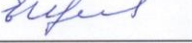
Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой Менеджмента и внешнеэкономической деятельности

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф.  (А.С.Трошин)

« 14 » мая 2021г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга

«14» мая_2021__ г., протокол №_10

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф.  (Е.Д. Щетинина)

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭМ

«18» мая_2021__ г., протокол № 9

Председатель: к.э.н, доцент  Л.И.Журавлева

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
<p>ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, обеспечивать их реализацию в условиях сложной, (в том числе) кросс-культурной и динамичной среды</p>	<p>ОПК-3.2. Прогнозирует сценарии развития управленческих процессов и стратегического взаимодействия с точки зрения конкурентоспособности фирмы, оценивает операционную и организационную эффективность, социальную значимость принимаемых организационно-управленческих решений и конкурентных стратегий</p>	<p>Знания: знает терминологию управления стратегическими процессами, связанными с конкурентоспособностью фирмы, теорию конкуренции, в том числе, международной, виды и типы конкурентных преимуществ, виды сценариев развития и конкурентного поведения организаций; знает основы всесторонней оценки эффективности управленческих решений, принимаемых с целью роста конкурентоспособности фирмы, а также механизм управления ею</p> <p>Умения: умеет анализировать слабые и сильные стороны предприятия и его рыночной политики с учетом конкурентной ситуации и источников конкурентных преимуществ, рассчитывать уровень конкурентоспособности объекта и оценивать с этой точки зрения планируемые организационно-экономические мероприятия</p> <p>Навыки: владеет навыками и приемами выявления и группировки факторов, определяющих конкурентоспособность фирмы, технологией анализа и оценки процессов ее развития, выявления конкурентных преимуществ и управления конкурентоспособностью фирмы</p>
<p>ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии</p>	<p>ОПК-4.2. Осуществляет анализ рынка, оценивает конкурентоспособность фирмы, выявляет и оценивает новые рыночные и маркетинговые возможности, разрабатывает стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и формирования устойчивых конкурентных преимуществ</p>	<p>Знания: знает теоретические принципы и методический инструментарий конкурентного анализа и оценки рыночной позиции; методологию анализа и оценки конкурентоспособности фирмы, виды и источники конкурентных преимуществ и стратегий, способы их формирования и определения эффективности</p> <p>Умения: умеет планировать и</p>

создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций		организовывать процесс рыночных исследований, умеет анализировать бизнес-процессы с позиции конкурентоспособности и клиентоориентированности, умеет оценивать уровень конкурентоспособности фирмы, умеет выбирать, планировать и оценивать конкурентную стратегию фирмы, включая ее инновационные направления Навыки: владеет методами и навыками оценки рыночных возможностей, сегментации клиентов, в том числе, с помощью цифровых методов, позиции фирмы, выбора конкурентных преимуществ фирмы, технологиями разработки и осуществления конкурентной стратегии, маркетинга и прочих стратегических мероприятий
---	--	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. Компетенция ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, обеспечивать их реализацию в условиях сложной, (в том числе) кросс-культурной и динамичной среды

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Современный стратегический анализ
2	Управление конкурентоспособностью фирмы

2. Компетенция ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Управленческая экономика
2	Управление конкурентоспособностью фирмы

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов.

Дисциплина реализуется в рамках практической подготовки:

Форма промежуточной аттестации _____ экзамен _____

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 2	Семестр № 3
Общая трудоемкость дисциплины, час	180	2	178
Контактная работа (аудиторные занятия), в т. ч.:	14	2	12
лекции	4	2	2
лабораторные			
практические	8		8
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации	2		2
Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:	166		166
Курсовой проект			
Курсовая работа			
Расчетно-графическое задание	18		18
Индивидуальное домашнее задание			
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия, лабораторные занятия)	112		112
Экзамен	36		36

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Наименование тем, их содержание и объем

Курс 2 Семестр № 3

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
1.	Методология, концепции, теоретические подходы к изучению управленческих процессов с позиции конкуренции и конкурентоспособности				
	Предмет, цели и задачи дисциплины. Структура и содержание дисциплины, связь с другими курсами, методология изучения. Научно-практические проблемы исследования проблем конкурентоспособности. Функции управления конкурентоспособностью фирмы, его место на предприятии и в системе управления. Роль маркетологов в процессе принятия решений, направленных на повышение конкурентоспособности фирмы. Целеполагание в корпоративном маркетинге, связанное с глобальной и другими видами конкуренции.	1	-		10
2.	Сущность и источники конкурентных преимуществ	1	2		20

<p>Сущность и теории конкуренции (конфликтная, функциональная, информационная, структурная, бегства капитала, кооперенции и др.). Сущность теории абсолютных и сравнительных преимуществ А.Смита и Д.Риккардо, М. Портера и др. Роль конкуренции в разноуровневых бизнес-системах, типы и виды конкуренции, условия ее обеспечения и использования для развития экономики. Факторы, влияющие на тип и силу конкуренции в современных условиях и с учетом новых трендов. Изменение способов конкурентной борьбы в информационной экономике.</p> <p>Понятие и организационно- экономическая сущность конкурентных преимуществ предприятия (КП), их систематизация, подходы к изучению КП, причины возникновения и проблемы сохранения, базовые, устойчивые и неустойчивые КП, долгосрочные и краткосрочные, копируемые и не копируемые). Планирование и обоснование корпоративных решений с учетом КП, включая региональный, национальный и международный уровень.</p>				
--	--	--	--	--

3. Инструментарий исследования конкурентоспособности объекта и его среды				
	<p>Методы и современные направления исследований конкурентной среды и конкурентной позиции предприятия. Анализ объекта с точки зрения его конкурентоспособности и его место в стратегическом управлении. Модели конкурентного поведения и конкурентной активности. Система факторов, образующих конкурентную среду, свойства бизнес-среды в новой экономике. Виды сред – ближнего и дальнего действия, уровень турбулентности и конкурентного давления. Цепочка ценностей потребителя как основа конкурентных преимуществ.</p> <p>Понятие и методы оценки внутренней среды предприятия как источников и факторов конкурентоспособности. Проблемы адаптации предприятия к конкурентной среде, включая международную. Матричные методы оценки и диагностики конкурентной среды и рыночной позиции предприятия. Конкурентная карта рынка. Экосистемы как вид современной конкурентной среды.</p>	1	1	18
4. Система показателей конкурентоспособности организации и методы ее оценки				
	<p>Содержательные аспекты конкурентоспособности организации. Уровни конкурентоспособности. Трехмерная модель конкурентоспособности. Методики расчета показателей конкурентоспособности товара. Оценка конкурентного статуса фирмы как база принятия управленческих решений по развитию ее возможностей и расширению рынка. Рейтинговые методы оценки конкурентоспособности.</p> <p>Специфика конкурентоспособности в отраслях и сферах деятельности. Подходы к оценке конкурентоспособности объекта для различных целей. Связь конкурентоспособности и эффективности.</p> <p>Инструментарий диагностики ключевых факторов конкурентоспособности. Понятие потенциала конкурентоспособности (КФК) и ключевых факторов успеха (КФУ). Методы исследования и оценки производственных возможностей в сфере дифференциации и кастомизации продукта, ценовой и сбытовой политики, логистики, сервиса и коммуникаций, использование функционально-стоимостного анализа и бенчмаркинга</p>	1	2	20
5. Механизм управления конкурентоспособностью фирмы				
	<p>Основные блоки и элементы механизма управления конкурентоспособностью социально-экономической системы и их оценка с точки зрения эффективности на предприятии. Организационные, правовые, экономические и психологические методы управления конкурентоспособностью. Алгоритмы и технологии менеджмента качества в свете управления конкурентоспособностью. Конкурентное сегментирование рынка, фирменное и товарное позиционирование. Инструментарий влияния на уровень конкурентного статуса, выбор направлений конкурентной борьбы, партнерство и коммуникации. Инновации как способ создания конкурентных преимуществ. Мотивация повышения</p>	1	1	20

	конкурентоспособности объекта и ее виды. Специфика механизма управления конкурентоспособностью фирмы в отраслях. Международный маркетинг и его роль в системе управления конкурентоспособностью фирмы. Роль государства в обеспечении механизмов управления конкурентоспособностью производства. Территориальный маркетинг как фактор конкурентоспособности. Роль кластеризации, рекламы и пиар в системе управления конкурентоспособностью фирмы				
6. Стратегическое планирование и разработка программ развития и конкурентных стратегий фирмы					
	Обоснование стратегических целей и направлений развития социально-экономических систем с учетом выявления уровня и роста их конкурентоспособности. Принципы стратегического планирования на основе конкурентных преимуществ. Выбор базы для оценки. Конкурентный бизнес-анализ как первый этап разработки стратегий роста конкурентоспособности. Конкурентное сегментирование. Виды конкурентных стратегий (матрица Ансоффа, виоленты и пациенты, эксплеренты и нишевики). Параметры сравнительной эффективности стратегий. Формирование стратегических программ развития и конкурентных стратегий на практике: цели, задачи, методы и технологии. Деловое партнерство как вид конкурентной стратегии. Информационная и коммуникационная поддержка конкурентных стратегий, использование теории нарративов и архетипов, корпоративной социальной ответственности. Международные аспекты стратегического планирования с точки зрения Оценка эффективности конкурентных стратегий.	1	2		24
	Всего:	6	8		112

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр № 2				
1	Сущность и источники конкурентных преимуществ	Типы и виды конкурентных преимуществ, их источники и их трансформация в XXI веке. Оценка и дескрипция КП	2	2
2	Инструментарий исследования конкурентоспособности объекта и его среды	Методы оценки конкурентной среды и конкурентный анализ	1	2
3	Система показателей конкурентоспособности организации и методы ее оценки	Диагностика, анализ и оценка конкурентоспособности фирмы и ее продукции	2	2

4	Механизм управления конкурентоспособностью фирмы	Современные методы и технологии управления конкурентоспособностью организации	1	2
5.	Стратегическое планирование и разработка программ развития и конкурентных стратегий фирмы	Конкурентные стратегии и программы развития предприятия в условиях конкурентного давления и мировых трендов	2	2
	ИТОГО		8	10

Не предусмотрено учебным планом.

4.3.

Содержание курсового проекта/работы

Не предусмотрено учебный планом.

4.4. Содержание расчетно-графического задания, индивидуальных домашних заданий

Учебным планом предусмотрено расчетно-графическое задание (РГЗ) с объемом самостоятельной работы студента – 18 ч.

Цель исследования – закрепление, систематизация и углубление знаний, приобретенных в процессе изучения дисциплины «Менеджмент конкурентоспособности предприятия».

Выполнение РГЗ проводится письменно в соответствии с тем объектом анализа и оценки конкурентоспособности, который определяется преподавателем. Обучающиеся оформляют РГЗ на листах формата А4 и предоставляют его на проверку преподавателю. В случае положительного рецензирования РГЗ остается на кафедре. В случае наличия замечаний РГЗ возвращается на доработку. Получение положительной оценки (рецензии) на РГЗ считается допуском обучающегося к экзамену.

Содержание РГЗ состоит из следующих разделов:

Оглавление.

Введение.

Расчетно-графическое задание

Приложения

Библиографический список

Тема задания: Оценка и анализ конкурентоспособности предприятия

Задание включает две части.

Часть 1. Определить расчетным путем с помощью двух методик (А и Б) уровень конкурентоспособности предприятия и идентифицировать предприятие с точки зрения его позиции по отношению к конкуренту.

Часть 2. Провести анализ полученных данных и наметить способы возможного повышения конкурентоспособности данного экономического субъекта.

Обучающемуся даются варианты (10) предприятий и показатели (необходимая информация) для расчета и оценки уровня конкурентоспособности

двумя способами. Приводятся две методики расчета уровня конкурентоспособности и пример расчета.

Титульный лист оформляется в соответствии с установленными требованиями и должен быть подписан автором.

Во введении необходимо отразить актуальность и практическую значимость работы. Введение должно занимать не более 2 страниц машинописного текста, в нем не принято размещать графические и табличные материалы.

Объем основной части составляет 15 страниц машинописного текста, включая таблицы и рисунки. На этом этапе рассчитывается коэффициент конкурентоспособности предприятия по двум методикам.

Следующим этапом должна стать разработка комплекса мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности.

В заключении формулируются краткие выводы и итоги задания, отражающие разработанность исследуемых задач. Заключение строится как авторская аннотация выполненной работы, оно не должно превышать 2-х страниц машинописного текста.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Реализация компетенций

1. Компетенция ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, обеспечивать их реализацию в условиях сложной, (в том числе) кросс-культурной и динамичной среды

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ОПК-3.2. Прогнозирует сценарии развития управленческих процессов и стратегического взаимодействия с точки зрения конкурентоспособности фирмы, оценивает операционную и организационную эффективность, социальную значимость принимаемых организационно-управленческих решений и конкурентных стратегий	Экзамен, защита РГЗ, собеседование

2. Компетенция ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ОПК-4.2. Осуществляет анализ рынка, оценивает конкурентоспособность фирмы, выявляет и оценивает новые рыночные и маркетинговые возможности, разрабатывает стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и формирования устойчивых конкурентных преимуществ	Экзамен, защита РГЗ, собеседование

5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

Тесты по оценке знаний, полученных в процессе изучения разделов 1-4

1. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:
А) выпускают дифференцированные товары;
Б) на рынке оперируют множество продавцов и покупателей;
В) выпускают однородные товары;
Г) рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции ее конкурентов.
Д) слабо регулируемы
2. В каких рыночных ситуациях имеет место конкуренция продавцов:
А) «рынок покупателя»;
Б) «рынок продавца»,
В) равновесный рынок;
Г) продавцы конкурируют (в той или иной степени) всегда.
3. Рынок производителей – это организации, приобретающие товары и услуги для:
А) последующей перепродажи;
Б) использования в процессе производства;
В) передачи этих товаров тем, кто в них нуждается;
Г) удовлетворения потребностей;
Д) все ответы.
4. Рынок промежуточных продавцов – это организации, приобретающие товары и услуги для:
А) личного потребления;
Б) последующего использования в сфере коммунальных услуг;
В) использования их в процессе производства;
Г) последующей перепродажи их с прибылью для себя;
Д) все ответы верны
5. При какой конкурентной структуре рынка покупатель либо продавец не оказывает влияния на цену товара?
А) рынок чистой конкуренции;
Б) монополистическая конкуренция;
В) рынок чистой монополии;
Г) олигополистический рынок.
Д) при любой
6. Назовите рынок, цены на котором складываются под воздействием спроса и предложения:
А) олигополистический рынок;
Б) рынок чистой конкуренции;
В) международный рынок;
Г) рынок чистой монополии.
Д) региональный рынок

7. Вставьте недостающую функцию управления конкурентоспособностью предприятия:

- А) анализ конкурентоспособности фирмы
- Б) мониторинг конкурентоспособности фирмы
- В) планирование мер по повышению конкурентоспособности
- Г) разработка конкурентной стратегии
- Д)

8. К какому виду конкурентного преимущества относится такой фактор, как близость к источникам сырья:

- А) к относительному преимуществу
- Б) естественному преимуществу
- В) абсолютному преимуществу
- Г) приобретенному преимуществу
- Д) ко всем сразу

9. Какой показатель отражает степень конкуренции на рынке:

- А) интенсивность конкуренции
- Б) коэффициент Герфиндаля-Хиршмана
- В) уровень конкурентного давления
- Г) острота конкуренции
- Д) все отражают

10. Индекс конкурентоспособности показывает отношение:

- А) потребительских свойств к цене товара
- Б) стоимости товара к его качеству
- В) качества товара к его цене
- Г) показателя потребительских свойств к цене приобретения товара и его доставки
- Д) ничего не подходит

11. Из перечисленных ниже выберите функции, которые выполняет на рынке конкуренция:

- А) регулирования;
- Б) организации;
- В) управления;
- Г) распределения;
- Д) контроля;
- Е) мотивации.

12. Выберите правильное определение конкурентоспособности фирмы:

- А) способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке;
- Б) способность к достижению собственных целей в условиях противодействия конкурентов;
- В) удовлетворять потребности потребителей путем производства и предложения рынку товаров, превосходящих конкурентов;
- Г) использовать производственные и управленческие ресурсы для развития и

расширения рынков сбыта, увеличения рыночной стоимости предприятия

Д) другое

13. Выберите из перечисленных ниже показатели конкурентоспособности отрасли:

А) отраслевая структура;

Б) развитая отраслевая инфраструктура;

В) географическое положение предприятий отрасли;

Г) наличие в стране природных ресурсов;

Д) наличие высококонкурентоспособных предприятий в отрасли

14. Что не является причиной утраты конкурентных преимуществ фирмой (выбрать правильный ответ):

А) банкротство

Б) опережение конкурентами в выпуске нового товара

В) истощение близлежащего источника сырья

Г) устаревание технологии

Д) снижение квалификации кадров

15. В показатели для оценки конкурентоспособности страны не входят:

А) расходы из госбюджета на НИОКР (в % от ВВП);

Б) расходы из госбюджета на развитие человека (образование, здравоохранение, социальная сфера), в % от ВВП;

В) стабильность политической системы в стране;

Г) эффективность использования ресурсов;

Д) площадь страны.

16. Как связаны между собой факторы и источники конкурентоспособности:

А) источники рожают факторы;

Б) факторы рожают источники;

В) это одно и то же

Г) они действуют вместе;

Д) никак не связаны

17. В матрице «BCG» по оси X располагается

А) рост доли рынка

Б) рост прибыли

В) рост объемов продаж

Г) уровень конкурентоспособности

Д) ничего из вышеперечисленного

18. Конкурентная стратегия, при которой предприятие снижает цену товара, относится к

А) стратегии роста

Б) стратегии лидерства по издержкам

В) стратегии фокусирования

Г) стратегии защиты позиции

Д) ни к одной из вышеперечисленных

19. Компетентностный подход к изучению конкуренции и управлению ею исходит из

того, что

- А) фирма имеет монопольное право на выпуск какого-либо изделия
- Б) фирма умеет делать что-то лучше других
- В) фирма способна быстро перестраиваться
- Г) у фирмы низкие издержки
- Д) ни одно из определений не подходит.

20. Основными причинами утраты конкурентных преимуществ являются:

А). Ухудшение факторных условий (увеличение издержек производства, снижение образовательного и квалификационного уровня кадров и др.).

Б) Снижение инвестиционной привлекательности компании и ее инновационного потенциала (вследствие откладывания организационных изменений из-за нежелания сокращать текущие доходы и вкладывать средства «в свое будущее»).

В) Снижение способности к адаптации (бюрократизация, использование морально устаревшего оборудования, длительные сроки создания новой продукции и др.).

Г) Ослабление конкуренции на рынке (вследствие усиления монополизма, действий правительства по введению высоких пошлин на ввозимые товары и др.).

Д) Низкие доходы основных групп населения страны, приводящие к снижению требовательности к качеству покупаемых товаров и их разнообразию (ассортимент

21. Что представляет собой карта управления конкурентоспособностью?

А) документ, содержащий права и обязанности работников по созданию конкурентоспособной продукции

Б) документ, описывающий движение продукта от стадии проектирования до стадии коммерциализации

В) описание бизнес-процесса

Г) перечень требований к созданию продукции

Д) иное

22. Выберите из представленных ниже методов менеджмента те, которые относятся к управлению конкурентоспособностью:

А) метод средневзвешенной

Б) матрица товаров и рынков

в) бенчмаркинг

г) рейтинговые оценки

д) позиционирование

23. К числу рейтинговых показателей страновой конкурентоспособности не относится:

А) индекс развития человека

Б) протяженность дорог

В) смертность

Г) рождаемость

Д) площадь

24. Методы анализа конкурентов не включают:

А) метод конкурентной разведки

Б) метод опроса потребителей фирм-конкурентов

В) метод фокус-групп

Г) эталонное сопоставление

Д) кросспарное пересечение

25. Выберите, что входит в формулу расчета конкурентоспособности:

- А) весомость параметрических индексов;
- Б) свободный член;
- В) частные индексы конкурентоспособности
- Г) число параметров
- Д) сумма коэффициентов эффективности

26. Какая конкурентная стратегия основана на снижении цены:

- А) лидерство по издержкам;
- Б) стратегия доступности;
- В) стратегия дифференциации;
- Г) стратегия первопроходца (пионера)
- Д) другое

Типовые задачи к экзамену для ОПК-3.2

Задача 1.

В новом микрорайоне города открывается новый мини-кинотеатр «Люмьер». По отношению к нему определите, к какому виду конкуренции относятся следующие виды конкурентов в этом же микрорайоне:

- бар;
- уже существующие кинотеатры;
- салон продаж DVD;
- районная библиотека;
- концертный зал;
- коллектив самодеятельного театра;
- кафе.

Задача 2.

Цена потребления автомобиля новой марки – 2369, тыс.руб., а его предшественника, выпускаемого фирмой-конкурентом, - 1980,4 тыс.руб. Нормативные показатели их конкурентоспособности равны 1. Определить, является ли новая модель конкурентоспособной по техническим параметрам.

Показатель	Значение у нового автомобиля	Конкурент	Вес
Мощность, л.с.	103,9	96,8	0,4
Рабочий объем цилиндра, куб.см	1498	1569	0,3
Объем багажника, л	2200	2300	0,2
Дизайн (экспертная оценка по шкале Лейкерта)	7,9	7,6	0,1

Типовые задачи к экзамену для ОПК-4.2

Задача 1.

В городе работают 8 аптечных сетей. С помощью рангового индекса

концентрации определите уровень конкуренции между ними, рассчитав рыночные доли по объему среднемесячной продукции.

Аптечная сеть	Выручка в месяц, тыс.руб.
ОГУП «Фармация»	1232,6
ОГУП «Имплозия»	1107,9
ООО «Эскулап»	1340,5
ЗАО «Вита»	980,4
ЗАО «Росси»	
МУП «Облфарм»	567,2
ООО «Фармсервис»	903,5
ЗАО «Авиценна»	376,1

Задача 2.

Прогноз развития НК «Роснефть»

ОАО «НК Роснефть» – одна из крупнейших и наиболее динамично развивающихся российских компаний. Акционерное общество «Роснефть» было создано в сентябре 1995 года, Постановлением Правительства РФ на базе одноименного государственного предприятия. «Роснефть» работает в более чем 20 регионах Российской Федерации. География деятельности компании охватывает практически всю страну – от Мурманска до Сахалина, от Ямала до Северного Кавказа. Основное конкурентное преимущество НК «Роснефть» – размер и качество ее ресурсной базы. Компания располагает почти 49 млрд. барр. запасов нефти и газа, что является одним из лучших показателей среди публичных нефтегазовых компаний мира. Обеспеченность компании доказанными запасами углеводородов составляет 27 лет. Роснефть активно увеличивает свою ресурсную базу за счет геологоразведки. Основную часть геологоразведочных работ «Роснефть» осуществляет в наиболее перспективных нефтегазоносных регионах России: Восточная Сибирь, Дальний Восток, шельф южных морей России. Это обеспечивает компании доступ к более чем 75 млрд. барр. перспективных ресурсов.

Роснефть реализует стратегию ускоренного роста добычи, в том числе благодаря внедрению самых современных технологий. В 2020 году около 70% выручки компании обеспечили поступления от продажи нефти, добытой «Юганскнефтегазом». В 2017 году «Роснефть» начала масштабные геологоразведочные работы по проекту «Сахалин-5». Объем добычи нефти компании, с учетом аффилированных структур, в 2007 году составил 740 млн. баррелей (101,2 млн. тонн), газа – 15,7 млрд. м³ это принесло выручку 49,2 млрд долларов. Для сравнения: в том же году бразильская *Petrobras* добыла нефти 95,9 млн. тонн, но получила выручку в 1,8 раза больше, 87,74 млрд долларов. Выручка «Роснефти» за 2018 год выросла до 68,9 млрд долларов, а чистая прибыль – до 11,1 млрд. долларов. В 2019 году между Россией и Китаем заключен ряд соглашений, предусматривающих двадцатилетний контракт о поставке нефти между «Роснефтью» и китайской компанией *CNPC* (15 млн. тонн нефти ежегодно), о строительстве и эксплуатации ответвления от Восточного нефтепровода в Китай, и о предоставлении кредитов под залог этих поставок банком *China Development Bank* в размере 15 млрд «Роснефти» и 10 млрд «Транснефти».

Компании был присущ низкий уровень вертикальной интеграции, что было связано наличием у нее лишь двух нефтеперегонных заводов (НПЗ) суммарной мощностью чуть более 80 млн. барр. (11 млн. тонн) в год. В 2020 году компании удалось полностью решить данную проблему путем приобретения пяти новых НПЗ на территории России. Теперь суммарная проектная мощность НПЗ компании составляет рекордные для российского нефтеперерабатывающего сектора 415 млн. барр. (56,7 млн. т.). НПЗ компании характеризуются выгодным географическим положением, что позволяет значительно увеличить эффективность поставок нефтепродуктов. «Роснефть» реализует проекты расширения и модернизации своих НПЗ для улучшения баланса объемов добычи и переработки нефти, а также увеличения выпуска качественной продукции с высокой добавленной стоимостью, соответствующей современным экологическим стандартам.

Задание:

1. Назовите рыночные показатели, отраженные в данной ситуации.
2. Определите факторы внешней и внутренней среды «Роснефти».
3. Сделайте прогноз развития рынка анализируемой компании на ближайшие 5 лет, 10 лет, 50 лет.

5.2.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий) для экзамена

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Компетенция	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Методология, концепции, теоретические подходы к изучению управленческих процессов с позиции конкуренции и конкурентоспособности	ОПК-3.2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теория управленческих процессов и ее связь с конкуренцией 2. Основные теории конкуренции, функции конкуренции в экономике 3. Типы конкуренции и их влияние на модель управления и стратегический сценарий бизнеса 4. Мировое и национальное законодательство в сфере управления конкуренцией 5. Теоретико-методические принципы изучения конкуренции для принятия управленческих решений 6. Маркетинговые принципы и их применение для анализа конкурентоспособности 7. Особенности конкуренции на рынках B2B
2	Сущность и источники конкурентных преимуществ	ОПК-3.2	<ol style="list-style-type: none"> 8. Теории абсолютных и сравнительных преимуществ 9. Основные силы конкуренции по модели Портера 10. Понятие конкурентного преимущества и управление 11. Классификация источников конкурентных преимуществ на предприятии 12. Выбор преимущества для конкурентной борьбы 13. Современные факторы конкуренции
3	Инструментарий исследования конкурентоспособности объекта и его среды	ОПК-3.2	<ol style="list-style-type: none"> 13. Маркетинговая среда и ее элементы 14. Общие особенности и этапы анализа конкурентной ситуации 15. Конъюнктура рынка и ее показатели 16. Анализ конкурентов и их рыночной политики 17. Оценка конкурентного давления 18. Исследование и прогноз конкурентных условий 19. Трехмерная модель конкурентоспособности

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Компетенция	Содержание вопросов (типовых заданий)
			<p>20. Матричные методы оценки конкурентоспособности фирмы</p> <p>21. Оценка потенциала конкурентоспособности</p> <p>22. Функционально-стоимостной анализ и его технология</p>
4	Система показателей конкурентоспособности организации и методы ее оценки	ОПК-3.2	<p>23. Системный подход к оценке и управлению конкурентоспособностью</p> <p>24. Основные силы конкуренции по модели Портера</p> <p>25. Оценка конкурентного потенциала фирмы</p> <p>26. Методы оценки конкурентоспособности продукции</p> <p>27. Информационное обеспечение оценки конкурентоспособности</p> <p>28. Рейтинговые методы оценки конкурентоспособности организации</p>
		ОПК-4.2	<p>29. Методы эталонного сопоставления</p> <p>30. Рейтинговые методы оценки конкурентоспособности организации</p> <p>31. Факторы конкурентоспособности и специфика оценки конкурентоспособности на предприятиях различных отраслей</p> <p>32. Международный маркетинг и аспекты управления конкурентоспособностью.</p> <p>33. Мировое и национальное законодательство в сфере конкурентного поведения фирмы.</p>
5	Механизм управления конкурентоспособностью фирмы	ОПК-3.2	<p>34. Основные блоки управления конкурентоспособностью организации</p> <p>35. Этапы стратегического управления конкурентоспособностью предприятия</p> <p>36. Бенчмаркинг как способ выявления конкурентных преимуществ</p>
		ОПК-4.2	<p>37. Планирование конкурентоспособности фирмы и ее бизнес-процессов</p> <p>38. Выявление и ранжирование критериев выбора товара и фирмы потребителем</p> <p>39. Маркетинговые решения как основа создания и укрепления конкурентных преимуществ</p> <p>40. Актуальные направления приобретения и удержания стратегических преимуществ</p> <p>Мотивация и контроль процесса управления конкурентоспособностью фирмы</p>
6	Стратегическое планирование и разработка программ развития и конкурентных	ОПК-3.2	<p>41. Анализ и выявление возможных направлений стратегического развития</p> <p>42. Виды конкурентных стратегий предприятия</p> <p>43. Позиционирование как метод конкуренции</p> <p>44. Процедуры обоснования и разработки программ корпоративного развития</p>

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Компетенция	Содержание вопросов (типовых заданий)
	стратегий фирмы		45. Методы выбора стратегических альтернатив 46. Коммуникационная поддержка конкурентной стратегии
		ОПК-4.2	47. Оценка эффективности конкурентной стратегии 48. Значение концепции социальной ответственности бизнеса и корпоративной этики и культуры для реализации успешной стратегии рыночного поведения 49. Особенности разработки конкурентных стратегий для малого бизнеса 50. Роль регионального управления конкурентоспособностью

Экзамен включает две части: теоретическую (2 вопроса) и практическую (1 задача). Для подготовки к ответу на вопросы и задания билета, который студент вытаскивает случайным образом, отводится время в пределах 40 минут. После ответа на теоретические вопросы билета преподаватель задает дополнительные вопросы. Распределение вопросов и заданий по билетам находится в закрытом для студентов доступе. Ежегодно по дисциплине на заседании кафедры утверждается комплект билетов для проведения экзамена по дисциплине. Экзамен является наиболее значимым оценочным средством и решающим в итоговой отметке учебных достижений студента.

5.2. Перечень тем курсовых проектов, курсовых работ, их краткое содержание и объем

Учебным планом не предусмотрено

5.3. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

При промежуточной аттестации в форме экзамена, дифференцированного зачета, дифференцированного зачета при защите курсового проекта/работы используется следующая шкала оценивания: 2 – неудовлетворительно, 3 – удовлетворительно, 4 – хорошо, 5 – отлично.

Критериями оценивания достижений показателей являются:

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
Знания	Знание терминов, определений, понятий
	Знание основных закономерностей, соотношений, принципов
	Объем освоенного материала
	Полнота ответов на вопросы
	Четкость изложения и интерпретации знаний
Умения	Умение поставить цели и задачи управленческого процесса
	Умение выбрать инструменты исследования и организации процесса
	Умение обосновать принимаемые решения
	Умение увидеть взаимосвязь процессов в макро- и микросреде бизнеса
Навыки	Владение навыками сбора и анализа маркетинговой информации для обоснования управленческих решений
	Владение способами маркетинговой оценки решений, проектов и программ

Владение технологиями для продвижения фирмы и укрепления ее конкурентных преимуществ
Владение навыками прогнозирования конкурентной ситуации и конъюнктуры

Оценка преподавателем выставляется интегрально с учётом всех показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций ОПК-3.2. по показателю **знания**.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Знание терминов, определений, понятий в сфере управленческих процессов и конкуренции	Не знает терминов, понятий и определений в сфере управленческих процессов и конкуренции	Знает теоретические основы, термины и определения, но не все и неточно их формулирует	Знает термины и определения, но допускает неточности формулировок, не видит их взаимосвязи	Знает термины и определения, может корректно сформулировать их самостоятельно, может видеть их взаимосвязь
Знание основных закономерностей, соотношений, принципов в сфере конкурентного поведения	Не знает основные закономерности и соотношения, принципы управления фирмой и конкурентного поведения	Частично знает основные закономерности и соотношения, принципы управления фирмой и конкурентного поведения, допускает неточности	Знает основные закономерности и соотношения, принципы управления фирмой и конкурентного поведения, но не системно, без взаимной увязки	В системе знает основные закономерности и соотношения, принципы управления фирмой и конкурентного поведения
Объем освоенного материала в сфере управленческих процессов и конкуренции	Не знает значительной части материала в сфере управленческих процессов и конкуренции	Освоен незначительный объем материала в сфере управленческих процессов и конкуренции	Хорошо освоен материал в сфере управленческих процессов и конкуренции	Освоен полностью и системно материал в сфере управленческих процессов и конкуренции
Полнота ответов на вопросы по темам в сфере управленческих процессов и конкуренции	Не дает ответы на вопросы в сфере управленческих процессов и конкуренции	Дает частичные и неточные ответы по темам управленческих процессов и конкуренции	Дает ответы на большинство вопросов в сфере управленческих процессов и конкуренции	Дает точные и полные ответы на все вопросы в сфере управленческих процессов и конкуренции
Четкость изложения и интерпретации знаний в сфере управленческих процессов и конкуренции	Не излагает знания в логической последовательности; не иллюстрирует изложение поясняющими схемами, рисунками и примерами	Излагает знания, но без логической последовательности; не всегда иллюстрирует изложение поясняющими схемами и примерами	Грамотно и по существу излагает знания, использует иллюстрации и примеры, но не имеет системного взгляда	Полно, логично и системно излагает знания, иллюстрирует изложение поясняющими схемами, рисунками и примерами

1. Оценка сформированности компетенции ОПК-3.2. по показателю **умения**.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Умение оперировать терминами, поставить цель стратегического	Не умеет оперировать терминами и поставить цель стратегического	Частично умеет оперировать терминами, поставить цель стратегического	Умеет оперировать терминами, умеет поставить цель стратегического	Свободно и творчески умеет оперировать терминами, поставить цель

анализа управленческих процессов позиции конкурентоспособности фирмы	анализа позиции фирмы, тем более, оценить сценарий развития	анализа управленческих процессов,, оценить сценарий развития фирмы, но с помощью руководителя	анализа позиции фирмы, более или менее точно оценить сценарий развития фирмы	стратегического анализа управленческих процессов с позиции конкурентоспособности, точно оценить сценарий развития фирмы
Умение выбрать методы анализа и прогноза развития фирмы с точки зрения конкурентоспособности	Не умеет выбрать методы анализа и прогноза развития фирмы с точки зрения конкурентоспособности	Умеет выбрать методы анализа и прогноза развития фирмы с точки зрения конкурентоспособности, но несамостоятельно	Умеет выбрать методы анализа и прогноза развития фирмы с точки зрения конкурентоспособности	Умеет точно выбрать методы анализа и прогноза развития фирмы с точки зрения конкурентоспособности, а также проявить творческий подход
Умение оценить эффективность принимаемых решений с точки зрения конкурентоспособности фирмы	Не умеет оценивать эффективность принимаемых решений с точки зрения конкурентоспособности фирмы	Умеет оценивать эффективность принимаемых решений с точки зрения конкурентоспособности фирмы, но не самостоятельно	Умеет оценивать эффективность принимаемых решений с точки зрения конкурентоспособности фирмы	Умеет оценивать эффективность принимаемых решений с точки зрения конкурентоспособности фирмы и расширить область оценки
Умение планировать формы и виды стратегического взаимодействия, а также инновации для укрепления конкурентных преимуществ фирмы	Не умеет планировать формы и виды стратегического взаимодействия, для укрепления конкурентных преимуществ фирмы	Умеет планировать формы и виды стратегического взаимодействия для укрепления конкурентных преимуществ фирмы, но несамостоятельно	Умеет в основном планировать формы и виды стратегического взаимодействия, а также инновации для укрепления конкурентных преимуществ фирмы	Умеет творчески планировать формы и виды стратегического взаимодействия, а также инноваций для укрепления конкурентных преимуществ фирмы

2. Оценка сформированности компетенции ОПК-3.2. по показателю **навыки**.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Владение навыками анализа и прогноза сценариев стратегического развития фирмы,	Не владеет навыками анализа и прогноза стратегического развития	Владеет отдельными навыками анализа и прогноза стратегического развития фирмы	Владеет навыками анализа и прогноза стратегического развития	Свободно и творчески владеет навыками анализа и прогноза стратегического

в том числе с помощью цифровых методов	фирмы		фирмы, в том числе с помощью цифровых методов	развития фирмы, в том числе с помощью цифровых методов
Владение навыками оценки конкурентных преимуществ с учетом факторов партнерства и других условий	Не владеет навыками оценки конкурентных преимуществ	Несамостоятельно владеет навыками оценки конкурентных преимуществ с учетом отдельных факторов среды	Хорошее владение навыками оценки конкурентных преимуществ с учетом факторов партнерства	Свободное и творческое владение навыками оценки конкурентных преимуществ с учетом факторов партнерства, инноватики и социализации экономики
Владение навыками и технологиями разработки конкурентной стратегии	Не владеет навыками и технологиями разработки конкурентной стратегии	Владение навыками и технологиями разработки конкурентной стратегии	Владение навыками и технологиями разработки конкурентной стратегии	Владение навыками и технологиями разработки конкурентной стратегии
Владение навыками стратегического маркетинга и конкурентного позиционирования	Не владеет навыками стратегического маркетинга	Несистемное владение навыками стратегического маркетинга	Хорошее владение навыками стратегического маркетинга	Системное и творческое владение навыками стратегического маркетинга и конкурентного позиционирования

3. Оценка сформированности компетенции ОПК-4.2. по показателю Знания.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Знание терминов, определений, понятий в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы	Не знает терминов и определений в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы	Знает частично термины и определения в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы,	Знает термины и определения в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы, но допускает неточности формулировок	Знает термины и определения в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы, может корректно сформулировать их самостоятельно и в системе
Знание основных закономерностей, соотношений, принципов	Не знает основные закономерности и принципы в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы,	Частично знает основные закономерности, соотношения, принципы в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы	Знает основные закономерности, соотношения, принципы в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы, но испытывает трудности в их	Знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний, может самостоятельно их получить, интерпретировать и использовать

			интерпретации и использовании	
Объем освоенного материала	Не знает значительной части материала в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы	Знает только основной материал в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы, не усвоил его деталей	Знает материал в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы в достаточном объеме, но допускает неточности	Обладает твердым и полным знанием материала в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы, владеет дополнительными знаниями
Полнота ответов на вопросы	Не дает ответы на большинство вопросов релевантных тем	Дает неполные и неточные ответы на все вопросы релевантных тем	Дает ответы на вопросы по темам, но не все – полные	Дает полные, развернутые ответы на поставленные вопросы, проявляет творческий подход
Четкость изложения и интерпретации знаний	Не излагает знания в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы	Излагает знания по темам стратегического управления конкурентоспособностью фирмы с нарушениями в логической последовательности	Излагает знания по темам стратегического управления конкурентоспособностью фирмы без нарушений в логической последовательности	Излагает знания в сфере стратегического управления конкурентоспособностью фирмы в логической последовательности, самостоятельно их интерпретируя и анализируя
	Не иллюстрирует изложение поясняющими схемами, рисунками и примерами	Выполняет поясняющие схемы и рисунки небрежно и с ошибками	Выполняет поясняющие рисунки и схемы корректно и понятно, не	Выполняет поясняющие рисунки и схемы точно и аккуратно, раскрывая полноту усвоенных знаний
	Неверно излагает и интерпретирует знания	Допускает существенные неточности в изложении и интерпретации знаний	Грамотно и по существу излагает знания, однако не делает выводы	Грамотно, системно и точно излагает знания, делает самостоятельные выводы

Оценка сформированности компетенции ОПК-4.2. по показателю умения.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Умение осуществлять стратегический анализ рынка, в том числе, конкурентный и делать выводы	Не умеет осуществлять анализ рынка, в том числе, конкурентный, и делать выводы	Умеет поставить цель стратегического анализа позиции фирмы, но с помощью руководителя	Умеет поставить цель стратегического анализа позиции фирмы, но не умеет делать полные выводы	Умеет поставить цель стратегического анализа позиции фирмы, сделать конкурентный анализ и полные выводы
Умение выбрать методы анализа и прогноза развития фирмы с точки зрения конкурентоспособности	Не умеет выбирать методы анализа и прогноза развития фирмы с точки зрения конкурентоспособности	Частично умеет выбирать методы анализа и прогноза развития фирмы с точки зрения конкурентоспособности, но несамостоятельно	Хорошо умеет выбрать методы анализа и прогноза развития фирмы с точки зрения конкурентоспособности	Умеет точно выбрать методы анализа и прогноза развития фирмы с точки зрения конкурентоспособности, а также

				проявить творческий подход
Умение оценить эффективность принимаемых решений с точки зрения конкурентоспособности фирмы	Не умеет оценивать эффективность принимаемых решений с точки зрения конкурентоспособности фирмы	Умеет оценивать эффективность принимаемых решений с точки зрения конкурентоспособности фирмы, но не самостоятельно	Хорошо умеет оценивать эффективность принимаемых решений с точки зрения конкурентоспособности фирмы	Отлично умеет оценивать эффективность принимаемых решений с точки зрения конкурентоспособности фирмы и расширить область оценки
Умение планировать формы и виды стратегического взаимодействия, а также инновации для укрепления конкурентных преимуществ фирмы	Не умеет планировать формы и виды стратегического взаимодействия, для укрепления конкурентных преимуществ фирмы	Умеет планировать формы и виды стратегического взаимодействия для укрепления конкурентных преимуществ фирмы, но несамостоятельно	Умеет в основном планировать формы стратегического взаимодействия, а также инновации для укрепления конкурентных преимуществ фирмы	Умеет творчески планировать формы и виды стратегического взаимодействия, инноваций для укрепления конкурентных преимуществ фирмы

Оценка сформированности компетенции ОПК-4.2. по показателю **навыки.**

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Владение навыками анализа рынка, сильных и слабых сторон, конкурентного анализа	Не владеет навыками анализа рынка, сильных и слабых сторон, конкурентного анализа	Частично владеет навыками анализа рынка, сильных и слабых сторон, конкурентного анализа	Хорошее владение навыками анализа рынка, сильных и слабых сторон, конкурентного анализа	Системно и творчески владеет навыками анализа рынка, сильных и слабых сторон, конкурентного анализа
Владение навыками и способами маркетинговой оценки решений, проектов и программ	Не владеет способами маркетинговой оценки решений, проектов и программ	Частичное владение способами маркетинговой оценки решений, проектов и программ	Хорошее владение способами маркетинговой оценки решений, проектов и программ	Отличное владение способами маркетинговой оценки решений, проектов и программ, творческое развитие этих способов
Владение технологиями для продвижения фирмы и укрепления ее конкурентных преимуществ	Не владеет технологиями продвижения фирмы и укрепления ее конкурентных преимуществ	Частичное владение технологиями продвижения фирмы и укрепления ее конкурентных преимуществ	Хорошее владение технологиями продвижения фирмы и укрепления ее конкурентных преимуществ	Отличное владение технологиями для продвижения фирмы и укрепления ее конкурентных преимуществ
Владение навыками стратегического маркетинга и конкурентного позиционирования	Не владеет навыками стратегического маркетинга	Несистемное владение навыками стратегического маркетинга	Хорошее владение навыками стратегического маркетинга	Системное владение навыками стратегического маркетинга и конкурентного позиционирования

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Материально-техническое обеспечение

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1.	Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель. Мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук
2.	Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы	Специализированная мебель, компьютерная техника подключенная к сети «Интернет» и имеющая доступ в электронную информационно-образовательную среду

6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

№	Перечень лицензионного программного обеспечения	Реквизиты подтверждающего документа
1.	Microsoft Windows Professional 10 Корпоративная	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
2.	Microsoft Office Professional Plus 2016	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023
3.	Kaspersky Endpoint Security «Стандартный Russian Edition»	Сублицензионный договор No 102 от 24.05.2018. Срок действия лицензии до 19.08.2020 Гражданско-правовой Договор (Контракт) No 27782 «Поставка продления права пользования (лицензии) Kaspersky Endpoint Security от 03.06.2020. Срок действия лицензии 19.08.2022.
4.	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
5.	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения

6.3. Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов

1. Управление конкурентоспособностью: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры /под ред. Горбашко Е.А., Максимцева И.А.. – М. Изд-во Юрайт. 2018. 447с. ISBN 978-5-534-03257-4: 978-5-16-003688-5.

2. Щетинина, Е.Д. Управление конкурентоспособностью фирмы / Е.Д. Щетинина, А.А.Рудычев, В.В.Выборнова, Е.А.Никитина. Учебное пособие – Белгород: Изд-во БГТУ, 2012. – 138 с. ISBN 978-985-06-1667-8.

3. Старикова, М.С. Инструменты обеспечения конкурентоспособности промышленной продукции: монография /М.С.Старикова. - Белгород: Изд-во БГТУ, 2014. –132 с.

5. Щетинина, Е.Д. Формирование и оценка конкурентных позиций предприятий промышленности: монография /Е.Д. Щетинина, М.С. Старикова, Т.Н. Пономарева, С.А. Туманов. Белгород: Изд-во БГТУ, 2016.-229 с. ISBN 978- 5-361-00367-9.

6.4. Перечень интернет ресурсов, профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

1. Management Science [сайт]. – URL: <http://www3.informs.org/site/ManSci/>
2. The Economist [сайт]. – URL: <http://www.economist.com>
3. Эксперт [сайт]. – URL: <http://www.expert.ru>
4. Маркетинг в России и за рубежом [сайт]. – URL: <http://www.mavriz.ru>
5. Проблемы теории и практики управления [сайт]. – URL: <http://www.uptp.ru>
6. Вопросы экономики [сайт]. – URL: <http://www.vopreco.ru> – «Вопросы экономики»
7. 1.eLIBRARY.RU – научная электронная библиотека [сайт]. – URL: <https://elibrary.ru>
8. Интерфакс – Сервер раскрытия информации: [сайт]. – URL: <https://www.e-disclosure.ru>
9. Научно-техническая библиотека БГТУ им. В.Г. Шухова: [сайт]. – URL: <http://ntb.bstu.ru>
10. Официальный интернет-портал правовой информации: [сайт]. – URL: <http://pravo.gov.ru>
11. СПС Консультант Плюс: [сайт]. – URL: <http://www.consultant.ru>
12. Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. – URL: <http://www.gks.ru>

7. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2021 /2022 учебный год.

Протокол № 10 заседания кафедры от «18» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой



Е.Д. Щетинина

Директор института



Ю.А. Дорошенко