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

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
экономики и менеджмента
_____ Дорошенко Ю.А.
«_28_» _сентября_ 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины
Конкурентоспособность программно-информационных продуктов и услуг

направление подготовки
380305 «Бизнес-информатика»

профиль подготовки
Технологическое предпринимательство

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Институт: экономики и менеджмента

Кафедра: экономики и организации производства

Белгород – 2016

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки бакалавриата 380305 «Бизнес-информатика» утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 11 августа 2016 №1002.
- плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова по направлению подготовки 380305 «Бизнес-информатика» (профиль «Технологическое предпринимательство»), введенного в действие в 2016 году.

Составитель: к.э.н., доц. _____ (Е.А. Никитина)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой
экономика и организация производства
(название кафедры)

Заведующий кафедрой _____ (Ю.И. Селиверстов)
(подпись) (ФИО)

«31» 08 2016 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры
экономики и организации производства
(наименование кафедры)

«31» 08 2016 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой д.э.н., профессор _____ (Ю.И. Селиверстов)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института
института экономики и менеджмента
(наименование института)

«23» 09 2016 г., протокол № 1

Председатель к.э.н., профессор _____ (В.В. Выборнова)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции			Требования к результатам обучения
№	Код компетенции	Компетенция	
Профессиональные			
1	ПК-8	Организация взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** понятия, определения и термины, относящиеся к данной дисциплине; критерии принятия финансовых решений, направленные на повышение конкурентоспособности электронного предприятия. **Уметь:** производить оценку состояния предприятия; использовать метод SWOT-анализа для определения конкурентных преимуществ предприятия; проводить анализ внешней среды предприятия. **Владеть:** навыками разработки конкурентных стратегий; методами оценки рыночной ситуации.
2	ПК-10	Умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** основные цели, принципы, методы эффективного управления конкурентоспособностью электронного предприятия в условиях рыночной экономики; содержание и особенности конкурентного анализа отрасли (рынка); общие положения о конкурентоспособности экономических объектов, понятие конкурентоспособности фирмы и товара, региона и отрасли, страны. **Уметь:** исследовать и систематизировать факторы, определяющие конкурентоспособность электронного предприятия, в том числе на перспективу; выявлять определяющие факторы конкурентоспособности на

			международных рынках; обосновывать выбор методики оценки и управления конкурентоспособностью электронного предприятия с учетом специфики отрасли (рынка) и региона. **Владеть:** современными методами и приемами получения, оценки и обработки информации, ее анализа и выполнения исследований, формулирования выводов; методами оценки и управления конкурентоспособностью электронного предприятия; принципами и приемами создания методики оценки и управления конкурентоспособностью электронного предприятия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Содержание дисциплины основывается и является логическим продолжением следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины
1	Рынки информационно-коммуникативных технологий и организация продаж
2	Интернет-технологии в управлении предприятием
3	Технологическое предпринимательство
4	Маркетинг
5	Маркетинг и реклама в электронном бизнесе

Содержание дисциплины служит основой для изучения следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины
1	Планирование на предприятии
2	Бизнес-планирование
3	Организация предпринимательской деятельности
4	Основы предпринимательской деятельности
5	Электронный бизнес
6	Управление жизненным циклом информационных систем

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины 4 ЗЕ, 144 часов.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр №6
Общая трудоемкость дисциплины, час	144	140
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	**68**	**68**
лекции	34	34
лабораторные		
практические	34	34
Самостоятельная работа студентов, в том числе:	**76**	**76**
Курсовой проект		
Курсовая работа		
Расчетно-графическое задание	18	18
Индивидуальное домашнее задание		
Другие виды самостоятельной работы	*58*	*58*
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	Диф. зачет	Диф. зачет

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Наименование тем, их содержание и объем

Курс 3 Семестр №6

№ п/п	Наименование раздела	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
1	2	3	4	5	6
1. Конкуренция: сущность, стратегии, способы анализа					
1	Понятие конкуренции, виды конкуренции.	2	2		5
2	Иерархия понятий конкурентоспособности экономических объектов.	2	2		5
3	Конкуренция и конкурентоспособность	2	2		4
4	Факторы конкурентоспособности организации и их классификация.	2	2		4
	ВСЕГО	*8*	*8*		*18*
2. Технологии измерения и оценки конкурентоспособности электронного предприятия					
1	Конкурентоспособность электронного предприятия: субъекты, цели, задачи, принципы, методики оценки.	4	4		6
2	Конкурентоспособность товара (услуги): этапы и методы оценки.	4	4		6
3	Конкурентоспособность отрасли, региона: методики оценки. Конкурентоспособность страны: показатели и методики оценки.	4	4		6
	ВСЕГО	*12*	*12*		*18*

3. Конкурентоспособность и конкурентное преимущество					
1	Понятие и виды конкурентных преимуществ.	4	4		6
2	Основные факторы, формирующие конкурентные преимущества на рынке.	4	4		6
	ВСЕГО	*8*	*8*		*12*
4. Проблемы и перспективы национальной конкурентоспособности					
1	Исследование внешней и внутренней конкурентоспособности страны.	3	3		5
2	Направления деятельности государства в обеспечении национальной конкурентоспособности.	3	3		5
	ВСЕГО	*6*	*6*		*10*
	ВСЕГО	**34**	**34**		**58**

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр № 6				
1	**Конкуренция: сущность, стратегии, способы анализа**	Понятие конкуренции, виды конкуренции.	2	3
		Иерархия понятий конкурентоспособности экономических объектов.	2	3
		Конкуренция и конкурентоспособность	2	3
		Факторы конкурентоспособности организации и их классификация.	2	3
2	**Технологии измерения и оценки конкурентоспособности электронного предприятия**	Конкурентоспособность электронного предприятия: субъекты, цели, задачи, принципы, методики оценки.	4	4
		Конкурентоспособность товара (услуги): этапы и методы оценки.	4	4
		Конкурентоспособность отрасли, региона: методики оценки. Конкурентоспособность страны: показатели и методики оценки.	4	4
3	**Конкурентоспособность и конкурентное преимущество**	Понятие и виды конкурентных преимуществ.	4	4
		Основные факторы, формирующие конкурентные преимущества на рынке.	4	4
4	**Проблемы и перспективы национальной конкурентоспособности**	Исследование внешней и внутренней конкурентоспособности страны.	3	3
		Направления деятельности государства в обеспечении национальной конкурентоспособности.	3	3
	ИТОГО		**34**	**38**

4.3. Перечень лабораторных занятий и объем в часах

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом по направлению подготовки.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1.	**Конкуренция: сущность, стратегии, способы анализа**	Объясните, почему конкуренция является главной движущей силой эволюции взаимоотношений субъектов?
2.		Назовите отечественных и зарубежных авторов, рассматривающих вопросы конкуренции. О чем говорится в их работах?
3.		Какие подходы к понятию конкуренции выделяют? Что такое конкуренция?
4.		Назовите формы конкуренции в зависимости от разных критериев.
5.		Какая форма конкуренции, ценовая или неценовая, преобладает в России и в развитых странах? Приведите примеры.
6.		Каковы главные причины обострения конкуренции?
7.		Что такое конкурентные преимущества?
8.		Какие виды конкурентных преимуществ вы знаете?
9.		Расскажите сущность модели 5 рыночных сил М.Портера?
10.		Какие базовые стратегии по М.Портеру вы знаете?
11.		Какие стадии включает процедура проведения анализа каждого конкурента?
12.		С какой целью выявляют ключевые факторы успеха?
13.	**Технологии измерения и оценки конкурентоспособности электронного предприятия**	Кто может выступать субъектом оценки конкурентоспособности организации?
14.		Перечислите объекты оценки конкурентоспособности.
15.		Каковы цели и задачи оценки конкурентоспособности организации?
16.		Назовите принципы оценки и управления конкурентоспособностью организации.
17.		Какие подходы к набору факторов, используемых при оценке конкурентоспособности, вы знаете?
18.		В чем заключается сущность теории эффективной конкуренции?
19.		Расскажите сущность методики, основанной на теории эффективной конкуренции. Каковы ее достоинства и недостатки?

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
20.		В чем заключается сущность методики оценки конкурентоспособности организации с учетом эффективности инновационного проекта? Каковы ее достоинства и недостатки?
21.		Расскажите сущность методики оценки конкурентной силы организации.
22.	**Конкурентоспособность и конкурентное преимущество**	Какие задачи должны быть решены в процессе выявления конкурентных преимуществ?
23.		Какие этапы включает стадия определения конкурентных преимуществ?
24.		Виды конкурентных преимуществ.
25.		Как определяется приоритет при выстраивании конкурентных преимуществ?
26.	**Проблемы и перспективы национальной конкурентоспособности**	Чем определяется внешняя конкурентоспособность России?
27.		Каково положение России с экспортом услуг?
28.		Что показывают исследования внутренней конкурентоспособности экономики России?
29.		Каково существующее положение и прогнозы России на рынке природных ресурсов? Что показывает мировой опыт изменения цен на природные ресурсы?
30.		Через какой показатель, прежде всего, оценивается конкурентоспособность трудовых ресурсов на мировом рынке?
31.		Какое место занимает Россия по производительности труда? Чем это обусловлено?
32.		Каково положение России по трудовым ресурсам и человеческому капиталу? Каковы перспективы?
33.		Расскажите о роли образования в обеспечении устойчивого социально-экономического развития, роста конкурентоспособности стран в мировом рыночном сообществе.
34.		Какова существующая ситуация и прогнозы в России на рынке капитала?
35.		Что вы можете сказать об инвестиционной активности России?
36.		Какие факторы являются определяющими в обеспечении конкурентоспособности стран?
37.		Какой показатель используется для оценки уровня инноваций стран?

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

Выполнение курсовых проектов и курсовых работ не предусмотрено учебным планом по направлению подготовки.

5.3. Перечень индивидуальных домашних заданий, расчетно-графических заданий

Предусмотрено выполнение РГЗ, общая трудоемкость составляет 18 часов. РГЗ включает подготовка реферата и выполнение тестовых заданий.

Примерные темы рефератов:

1. Развитие предпринимательства в современной российской экономике.
2. Конкурентные преимущества современной фирмы.
3. Специфика стратегии, применяемой крупнейшими международными компаниями, на российском рынке.
4. Применение политики создания уникального предложения современными российскими фирмами.
5. Преимущества сетевой формы организации бизнеса.
6. Особенности функционирования сетевых компаний в отечественной экономике.
7. Трансакционные издержки как определяющий фактор жизнеспособности фирмы в условиях новой экономики.
8. Особенность развития сетевого бизнеса в мировой практике и в условиях российской экономики.
9. Роль инноваций в условиях новой экономики.
10. Микроэкономические факторы экономического роста.
11. Виртуализация экономической деятельности в современном мире.
12. Аутсорсинг как фактор повышения конкурентоспособности современного бизнеса.
13. Особенности применения контрактного производства как способ повышения конкурентоспособности современной фирмы.
14. Быстрорастущие фирмы как фактор роста национальной экономики.
15. Роль брендинга в повышении уровня конкурентоспособности современного бизнеса.
16. Значение клиентского капитала в деятельности современной фирмы.
17. Дифференциация продукта как способ адаптации российской промышленности.
18. Частно-государственное партнерство.
19. Особенности развития франчайзинга в современных условиях. Мировой опыт и российская практика.
20. Роль взыскательного потребителя в повышении конкурентоспособности российских фирм.
21. Зарождение предпринимательства в России. Роль купечества.
22. Шумпетеровский предприниматель.
23. Концепция чистого предпринимателя И. Кирцнера.
24. Теория кластеров М. Портера и ее применимость в современной российской экономике.
25. Ромб конкурентоспособности М. Портера.
26. Кластеры в современной российской экономике.
27. Конкурентные преимущества российских быстрорастущих компаний – «газелей».

28. Теория привлекательного качества Н. Кано. Ценность товара для физических лиц.

29. Венчурный капитал и его роль в современной экономике.

30. Трансакционные издержки как способ снижения неопределенности внешней среды.

31. Показатели конкурентоспособности. Методологические подходы к оценке конкурентоспособности.

32. Конкурентный потенциал предприятия. Оценка конкурентоспособности предприятия.

33. Стимулирование развития инновационного предпринимательства в современной России.

34. Формирование региональных инновационных систем в отечественной экономике.

35. Преодоление технологической отсталости регионов России путем создания индустриальных и технологических парков.

36. Институциональная структура инновационного рынка: проблема развития в современной России.

37. Проблемы коммерциализации научных разработок в современной отечественной экономике.

38. Проблемы развития малых инновационных фирм в современной России.

39. Формирование инновационных кластеров в современной российской экономике. Технопарки.

40. Мировой опыт поддержки и стимулирования венчурных и бизнес-ангельских инвестиций.

41. Роль регионов в процессе создания благоприятных условий для развития инноваций.

42. Сравнительный анализ основных теорий стратегий конкурентной борьбы: М. Портера, Х. Фризевинкеля, Л.Г. Раменского.

43. Особенность конкурентных стратегий фирм-виолентов.

44. Особенность конкурентных стратегий фирм-патиентов.

45. Особенность конкурентных стратегий фирм-эксплерентов.

46. Особенность конкурентных стратегий фирм-коммутантов.

47. Особенности современного этапа развития конкурентных отношений в России.

48. Роль государства в формировании эффективного сообщества компаний.

49. Особенности функционирования knew-ledge фирм.

5.4. Перечень контрольных работ

Контрольные работы не предусмотрены учебным планом по направлению подготовки.

6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

6.1. Перечень основной литературы

1. Никитина, Е.А. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособие / Е.А. Никитина, В.В. Выборнова. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2011. – 91 с.

2. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / ЭР.А. Фатхутдинов. – М.: Экономика, 2005. – 504 с.

3. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): учебное пособие/ В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. – М: ЮНИТИ, 2008. – 799с.

6.2. Перечень дополнительной литературы

1. Васильева, А.С. Петровская М.В. Финансовый анализ: учебник – М.: КНОРУС, 2009. – 544с.

2. Коноплев, С.П. Экономика организаций (предприятия): учебник/М.: Проспект, 2008. – 126 с.

3. Никитин, А.В. Управление предприятием (фирмой) с использованием информационных систем: учеб. пособие для студентов вузов / А.В. Никитин, И.А. Рачковская, И.В. Савченко. – М.: "ИНФРА-М", 2010. – 187 с.

6.3. Перечень интернет-ресурсов

1. http://economy.gov.ru – официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации;

2. http://belg.gks.ru – официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области;

3. http://belregion.ru – официальный сайт Губернатора и Правительства Белгородской области.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Лекционные и практические занятия – аудитория, оснащенная специализированной мебелью и презентационной техникой.

Самостоятельная работа – читальный зал библиотеки, оснащенный специализированной мебелью, компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет» и имеющей доступ в электронно-информационную образовательную среду.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 7, Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows, Microsoft Office Professional 2013, Google Chrome, Mozilla Firefox.

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений
Рабочая программа без изменений утверждена на 2017/2018 учебный год.
Протокол № 11 заседания кафедры от « 6 » июня 2017г.

Заведующий кафедрой _____ Селиверстов Ю.И.
подпись, ФИО

Директор института _____ Дорошенко Ю.А.
подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменениями, дополнениями

Рабочая программа с изменениями, дополнениями утверждена на 2018/2019 учебный год.

Протокол № 9 заседания кафедры от «21» мая 2018г.

6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

6.1. Перечень основной литературы

1. Пигунова, О. В. Коммерческая деятельность предприятия [Электронный ресурс] : учебное пособие / Пигунова О. В. - Минск : Вышэйшая школа, 2014. - 256 с. - ISBN 978-985-06-2318-8.: Б. ц. Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. http://www.iprbookshop.ru/35490.

2. Никитина, Е. А. Модели и методы управления развитием конкурентоспособности промышленного предприятия [Электронный ресурс] : монография / Е. А. Никитина ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Электрон. текстовые дан. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2014. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015110215320734300000652638

3. Никитина Е.А. Конкурентоспособность электронного предприятия: курс лекций: учебное пособие / Е.А. Никитина . – Белгород: Изд-во БГТУ, 2017. – 75 с.

Заведующий кафедрой _____ Селиверстов Ю.И.
подпись, ФИО

Директор института _____ Дорошенко Ю.А.
подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2019 /2020 учебный год.

Протокол № 9/1 заседания кафедры от «13» 06 2019г.

Заведующий кафедрой _____ Ю.И. Селиверстов
подпись, ФИО

Директор института _____ Ю.А. Дорошенко
подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2020/2021 учебный год.

Протокол № 8 заседания кафедры от «22» 05 2020г.

Заведующий кафедрой _____ Ю.И. Селиверстов
подпись, ФИО

Директор института _____ Ю.А. Дорошенко
подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

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

Протокол № 8 заседания кафедры от «13» 05 2021 г.

Заведующий кафедрой _____ Ю.И. Селиверстов
подпись, ФИО

Директор института _____ Ю.А. Дорошенко
подпись, ФИО

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение №1. Курс «Конкурентоспособность программно-информационных продуктов и услуг» представляет собой неотъемлемую составную часть подготовки студентов по направлению «Бизнес-информатика».

Целью изучения курса является формирование у студентов системы фундаментальных теоретических знаний по вопросам методики и практики оценки конкурентоспособности электронного предприятия в процессе его деятельности.

Занятия проводятся в виде лекций и практических занятий. Для изучения курса большое значение имеет самостоятельная работа студентов.

Формы контроля знаний студентов предполагают текущий и итоговый контроль. Текущий контроль знаний проводится в форме периодического тестирования по темам курса. Формой итогового контроля является дифференцированный зачет.

Распределение материала дисциплины по темам и требования к ее освоению содержатся в Рабочей программе дисциплины, которая определяет содержание и особенности изучения курса.

Изучение отдельных тем курса необходимо осуществлять в соответствии с поставленными в них целями, их значимостью, основываясь на содержании и вопросах, поставленных в лекции преподавателя и приведенных в планах и заданиях к лабораторным занятиям, а также методических указаниях для студентов.

В учебниках и учебных пособиях, представленных в списке рекомендуемой литературы, содержатся возможные ответы на поставленные вопросы. Инструментами освоения учебного материала являются основные термины и понятия, составляющие категориальный аппарат дисциплины. Их осмысление, запоминание и практическое использование являются обязательным условием овладения курсом.

Для более глубокого изучения проблем курса при подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с публикациями и статистическими материалами. Поиск и подбор таких изданий, статей, материалов и монографий осуществляется на основе библиографических указаний и предметных каталогов.

Изучение отдельных тем следует завершать подготовкой рефератов, ответами на тесты, содержащихся в соответствующих разделах учебников и методических пособий по курсу. Для обеспечения систематического контроля над процессом усвоения тем курса следует пользоваться перечнем контрольных вопросов для проверки знаний по дисциплине, содержащихся в планах и заданиях к практическим занятиям и методическим указаниях. Если при ответах на сформулированные в перечне вопросы возникнут затруднения, необходимо очередной раз вернуться к изучению соответствующей темы, либо обратиться за консультацией к преподавателю.

Успешное освоение курса дисциплины возможно лишь при систематической работе, требующей глубокого осмысления и повторения пройденного материала, поэтому необходимо делать соответствующие записи по

каждой теме.

Раздел 1. Конкуренция: сущность, стратегии, способы анализа.

Включает в себя следующие лекции:

Лекция 1. Понятие конкуренции, виды конкуренции.

Лекция 2. Иерархия понятий конкурентоспособности экономических объектов.

Лекция 3. Конкуренция и конкурентоспособность.

Лекция 4. Факторы конкурентоспособности организации и их классификация.

Практические занятия данного модуля проводятся по аналогичным темам:

В ходе рассмотрения тем лекций и практических занятий будут освещено следующее.

Направления исследования основных конкурентов: масштабы деятельности, прибыльность, особенности и характеристики предлагаемых товаров, рынки и основные клиенты, система продвижения товара.

Информация о конкурентах имеет важное значение, поскольку позволяет определить их удовлетворенность текущей позицией на рынке, предполагаемых действиях по изменению сложившейся расстановки сил, характере их инвестиционной политики, основных проектах. Представление о сильных и слабых сторонах конкурентов, инструментах, которые они будут использовать в конкурентной борьбе (цены, реклама, новая система стимулирования поставщиков и т.п.), — необходимое условие разработки эффективных мер противодействия и желательного изменения конкурентного окружения.

Информация для анализа конкурентов:

- цели конкурентов (увеличение доли на рынке, перемещение в группу лидеров и т.д.);
- текущее положение конкурентов (позиции в стратегической группе и т.д.);
- возможные стратегии конкурентов (рост, расширение через поглощение и др.);
- потенциал конкурентов (технологические, финансовые и другие возможности, их сильные и слабые стороны);
- структура бизнес-портфеля и ее изменения.

Анализируя цели конкурентов, следует задать себе вопрос: «Что ищет каждый из конкурентов на рынке?»

Цели конкурентов формируются под воздействием факторов: размеров компании, ее истории, квалификации менеджмента, финансовой ситуации.

Оценка сильных и слабых сторон конкурентов. Смогут ли конкуренты реализовать свою стратегию и достичь поставленных целей, зависит от их ресурсов и возможностей. Первый этап оценки сильных и слабых сторон конкурента — получение информации об объемах продаж, доле рынка, прибыли, денежных потоках, новых капиталовложениях и использовании производственных мощностей. Получить некоторые данные весьма сложно. Компании получают информацию о сильных и слабых сторонах конкурентов через вторичные данные, из личного опыта и по слухам. Увеличить ее объем

позволяет проведение первичных маркетинговых исследований потребителей. поставщиков и дилеров.

Оценка моделей реакции конкурентов. Определение целей конкурента, его сильных и слабых сторон — один из первых шагов на пути к построению адекватной модели его возможной реакции на стратегии соперников. Большинство конкурентов подпадает под одно из четырех определений.

Рекомендованная литература

1. Никитина, Е.А. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособие / Е.А. Никитина, В.В. Выборнова. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2011. – 91 с.
2. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): учебное пособие/ В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. – М: ЮНИТИ, 2008. – 799с.
3. http://economy.gov.ru – официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации;
4. http://belg.gks.ru – официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области;
5. http://belregion.ru – официальный сайт Губернатора и Правительства Белгородской области.

Раздел 2. Технологии измерения и оценки конкурентоспособности электронного предприятия.

Включает в себя следующие лекции:

Лекция 1. Конкурентоспособность электронного предприятия: субъекты, цели, задачи, принципы, методики оценки.

Лекция 2. Конкурентоспособность товара (услуги): этапы и методы оценки.

Лекция 3. Конкурентоспособность отрасли, региона: методики оценки. Конкурентоспособность страны: показатели и методики оценки.

Практические занятия данного модуля проводятся по аналогичным темам:

В ходе рассмотрения тем лекций и практических занятий будут освещено следующее.

Конкурентоспособность товаров отражает их способность более полно удовлетворять запросы покупателей в сравнении с аналогичными товарами конкурентов на рынке.

В зависимости от целей оценки может быть определена прогнозируемая или реальная конкурентоспособность.

Прогнозируемая конкурентоспособность — это ожидаемая способность товаров удовлетворять потребности. Для определения прогнозируемой конкурентоспособности используются показатели, нормируемые стандартами, техническими условиями, предусмотренные при разработке и проектировании или свойственные товарам, занимающим доминирующее положение на рынке (например, цена лидера).

Реальная конкурентоспособность — это фактическая способность товаров удовлетворять потребности. Для оценки реальной конкурентоспособности

должны определяться действительные значения показателей с помощью эмпирических методов, экспертных оценок, измерения и т.д.

Понятие «конкурентоспособность отрасли» в системе иерархии уровней управления (предприятие, отрасль, регион, государство): уровень конкурентоспособности отрасли для более низшего уровня иерархии (предприятие, товар) выступает в качестве фактора внешнего конкурентного преимущества, а для верхнего уровня иерархии (регион, государство) — в качестве внутреннего конкурентного преимущества.

а современном этапе экономического развития обеспечение конкурентоспособности страны является важнейшей проблемой, характеризующей не только положение страны на мировом рынке, но и определяющей в значительной степени ее национальную безопасность.

Конкурентоспособность страны:

- способность страны производить больше материальных ценностей, чем их конкуренты, на мировых рынках;
- степень возможности страны при условиях свободного и справедливого рынка производить товары и услуги (комиссия по промышленной конкурентоспособности при президенте США);
- экономическая возможность расплачиваться за полученные средства (Всемирный банк развития);
- способность страны производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых рынков, и создавать условия наращивания государственных ресурсов со скоростью, позволяющей обеспечивать устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения на уровне мировых значений.

Рекомендованная литература

1. Никитина, Е.А. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособие / Е.А. Никитина, В.В. Выборнова. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2011. – 91 с.

2. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / ЭР.А. Фатхутдинов. – М.: Экономика, 2005. – 504 с.

3. Васильева, А.С. Петровская М.В. Финансовый анализ: учебник – М.: КНОРУС, 2009. – 544с.

4. http://economy.gov.ru – официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации;

5. http://belg.gks.ru – официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области;

6. http://belregion.ru – официальный сайт Губернатора и Правительства Белгородской области.

Раздел 3. Конкурентоспособность и конкурентное преимущество.

Включает в себя следующие лекции:

Лекция 1. Понятие и виды конкурентных преимуществ.

Лекция 2. Основные факторы, формирующие конкурентные преимущества на рынке.

Практические занятия данного модуля проводятся по аналогичным темам:

В ходе рассмотрения тем лекций и практических занятий будут освещено следующее.

«Продуктом» системы управления рыночными возможностями компании являются **конкурентные преимущества.** Подобно тому, как не существует компании без потребности в ее продуктах (услугах). так не существует рыночных возможностей без конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества делают компанию узнаваемой на рынке, защищают от воздействий конкурентных сил. Конкурентоспособность представляет собой результат, фиксирующий наличие конкурентных преимуществ, без которых она невозможна.

Основная задача предприятия состоит в том, чтобы быть лучше, чем конкретные конкуренты, выступающие с предприятием на одном рынке (имеющие пересекающиеся цели). В связи с этим любые результаты деятельности должны сопоставляться с результатами конкурентов. Например, для того чтобы дать оценку событию «снижение производственных издержек на фирме на 10%», необходимо знать тот же показатель у конкурентов. Аналогично если «доля рынка фирмы увеличилась за контрольный период на 3%», а у основного конкурента — на 10-20%, то такое событие трудно оценить положительно.

Конкурентное преимущество фирмы не всегда очевидно. На практике отличия между фирмой и ее конкурентами, которые выбираются для оценки преимуществ или недостатков, могут быть очень субъективными в зависимости от того, чему руководство придает значение — внутрифирменным факторам, клиентам или конкурентам. При формировании конкурентного преимущества возможны варианты:

- концентрация на конкурентах, базирующаяся на сравнении фирмы с ее ближайшими конкурентами (рыночная среда в этом случае характеризуется значительной силой конкуренции);
- ориентация на клиентов и на удовлетворение их потребностей, когда менеджеры полагаются главным образом на мнения клиентов о том, как фирма выглядит в сравнении с конкурентами;
- ориентация на рыночную перспективу, когда уделяется внимание как потребителям, так и конкурентам.

Для того чтобы какой-либо фактор был не просто конкурентным, а решающим преимуществом, необходимо, чтобы он имел ключевое значение при удовлетворении потребности и одновременно базировался на уникальности бизнеса фирмы. Значение имеет как базовое качество, так и уникальность товара.

Рекомендованная литература

1.Никитина, Е.А. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособие / Е.А. Никитина, В.В. Выборнова. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2011. – 91 с.

2. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): учебное пособие/ В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. – М: ЮНИТИ, 2008. – 799с.

3.http://economy.gov.ru – официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации;
4.http://belg.gks.ru – официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области;
5.http://belregion.ru – официальный сайт Губернатора и Правительства Белгородской области.

Раздел 4. Проблемы и перспективы национальной конкурентоспособности.

Включает в себя следующие лекции:

Лекция 1. Исследование внешней и внутренней конкурентоспособности страны.

Лекция 2. Направления деятельности государства в обеспечении национальной конкурентоспособности.

Практические занятия данного модуля проводятся по аналогичным темам:

В ходе рассмотрения тем лекций и практических занятий будут освещено следующее.

В международных рейтингах конкурентоспособности Россия традиционно относится к группе развивающихся стран, характеризующихся повышенной политической и экономической нестабильностью, неблагоприятным инвестиционным климатом, а также чрезвычайно высокими рисками хозяйственной деятельности.

В научных исследованиях глобальной (межстрановой) конкурентоспособности выделяются ежегодные доклады Всемирного экономического форума (ВЭФ) "The Global Competitiveness Report". В соответствии с методикой ВЭФ для каждой страны разрабатывается сводный индекс конкурентоспособности, измеряемый на основе макроэкономических показателей, важнейших для экономического роста и коррелирующих с ним в средне- и долгосрочной перспективе. По мнению авторов доклада, экономический рост страны наиболее тесно связан с ее открытостью в международной торговле, качеством государственной политики, эффективностью финансовой системы, мобильностью рынков труда, уровнем образования рабочей силы, качеством общественных институтов.

Соответственно главными комплексными факторами конкурентоспособности национальной экономики признаются:

- Открытость (13 индикаторов).
- Государство (22 индикатора).
- Финансы (24 индикатора).
- Инфраструктура (16 индикаторов).
- Технология (23 индикатора).
- Управление (23 индикатора).
- Труд (17 индикаторов).
- Институты (23 индикатора).

Каждому из этих комплексных факторов придается определенный вес, разрабатывается система количественных и опросных показателей, а затем на

основе расчетов 161 показателя сначала измеряются восемь индексов по указанным факторам, а затем определяется сводный индекс конкурентоспособности. В соответствии со значением этого индекса для каждой страны они ранжируются по ранговым местам. Принципиально важно то, что, по мнению специалистов МЭФ, такая методика позволяет сделать достаточно объективные и справедливые оценки.

Рекомендованная литература

1.Никитина, Е.А. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособие / Е.А. Никитина, В.В. Выборнова. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2011. – 91 с.

2. Коноплев, С.П. Экономика организаций (предприятия): учебник/М.: Проспект, 2008. – 126 с.

3.Никитин, А.В. Управление предприятием (фирмой) с использованием информационных систем: учеб. пособие для студентов вузов / А.В. Никитин, И.А. Рачковская, И.В. Савченко. – М.: "ИНФРА-М", 2010. – 187 с.

4.http://economy.gov.ru – официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации.