



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет управления

Кафедра Менеджмент

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Конкурентоспособность бизнес-систем»

Образовательная программа

38.03.02- Менеджмент

Направленность (профиль) программы

«Управление бизнесом»

Уровень высшего образования

бакалавриат

Форма обучения

очная, очно-заочная

Статус дисциплины: *дисциплина по выбору*

Махачкала 2021 год

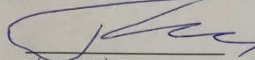
Рабочая программа дисциплины «Конкурентоспособность бизнес-систем» составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению *подготовки/специальности* 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) от «12» августа 2020 г. № 970.

Разработчик: кафедра «Менеджмент», Гашимова Л. Г. - к.э.н., доцент.



Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры «Менеджмент» от «17» июня 2021г., протокол № 10

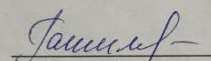
Зав. кафедрой


(подпись)

Магомедбеков Г.У.

на заседании Учебно-методической комиссии факультета управления от «1» июля 2021 г., протокол №10.

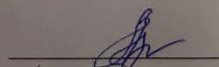
Председатель


(подпись)

Гашимова Л.Г.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «___» _____ 2021 г.

Начальник УМУ


(подпись)

Гасангаджиева А.Г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина **«Конкурентоспособность бизнес-систем»** входит в часть дисциплин по выбору в структуре ОПОП подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленности (профиля) «Управление бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете Управления кафедрой «Менеджмент».

Дисциплина предусматривает получение студентами теоретических знаний и приобретение необходимых практических навыков в области анализа, оценки и направлений повышения конкурентоспособности организации.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-3, ПК-9.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме: текущий контроль успеваемости в форме коллоквиумов, рефератов, дискуссий, тестов, деловых игр, решения задач, написания и защиты курсовой работы и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе 72 академических часов по видам учебных занятий.

Очная форма обучения

Семестр	Учебные занятия							Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе:							
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС, в том числе экзамен	
		всего	из них					
			Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации	
5	72	32	16		16			40

Очно-заочная форма обучения

Семестр	Учебные занятия							Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе:							
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС, в том числе экзамен	
		всего	из них					
			Лекции и	Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации	
5	72	32	16		16			40

1. Цели освоения дисциплины.

Целью освоения дисциплины «Конкурентоспособность бизнес-систем» является получение студентами теоретических знаний и приобретение необходимых практических навыков в области анализа, оценки и направлений повышения конкурентоспособности организации.

Эффективному изучению основных тем курса способствует постановка и решение ряда **задач**:

- проводить стратегический анализ и принимать стратегические решения на бизнес-уровне;
- оценивать конкурентный потенциал организации;
- использовать инструментарий стратегического менеджмента при формировании конкурентной стратегии организации;
- использовать сформированные знания и умения в проведении конкурентного анализа;
- анализировать и оценить конкурентоспособность организации различными

методами;

- разработать конкретные направления действий, пути достижения конкурентоспособности организации;
- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата.

Дисциплина «**Конкурентоспособность бизнес-систем**» входит в часть дисциплин по выбору в структуре ОПОП подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», направленности (профиля) «Управление бизнесом».

Для освоения данной дисциплины необходимы знания, полученные студентами при изучении курсов: «Экономическая теория», «Менеджмент», «Экономика предприятий»; умение применять методы и принципы формирования структур (системный подход, программно-целевое управление, организационное моделирование) владеть экспертно-аналитической работой, изучать отечественный и зарубежный опыт.

Изучение дисциплины «**Конкурентоспособность бизнес-систем**» необходимо для освоения следующих курсов: «Разработка управленческих решений», «Стратегический менеджмент», «Бизнес-планирование».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения и процедура освоения).

Код и наименование компетенции из ОПОП	Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ОПОП)	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ПК-3 – Способен разрабатывать предложения по совершенствованию управления компанией и по повышению эффективности ее деятельности.	ПК-3.1. Определяет пропорции развития компании, исходя из конкретных условий и потребностей рынка ПК-3.2. Умеет выявлять и использовать имеющиеся ресурсы для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли реализацию.	Знает: Руководство проведением экономических исследований производственно-хозяйственной деятельности компании и ее подразделений на основе использования передовых информационных технологий и вычислительных средств Умеет: оценивать положение предприятия на рынке, разрабатывать товарную, ценовую, сбытовую и коммуникационную политику компании. Владеет: знаниями в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария. Использует показатели результативности компании на каждом этапе жизненного цикла.	Устный опрос Написание рефератов Участие в деловой игре Разбор кейсов Решение задач Тестирование

ПК-9– Владеет методами стратегического и маркетингового анализа, обеспечивающих конкурентоспособность компании	ПК-9.1. Подготавливает предложения по конкретным направлениям изучения рынка для определения перспектив развития компании ПК- 9.2. - Осуществляет координацию проведения диагностики сильных и слабых сторон компании, направленных на повышение эффективности ее производственно-хозяйственной деятельности ПК-9.3. – Проводит стратегический анализ макро- и микросреды компании, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций	Знает: координацию проведения диагностики сильных и слабых сторон компании, направленных на повышение эффективности ее производственно-хозяйственной деятельности Умеет: Проводить стратегический анализ макро- и микросреды компании, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций Владеет: методами стратегического и маркетингового анализа, обеспечивающих конкурентоспособность компании как результат реализации различных проектов.	Устный опрос Написание рефератов Участие в деловой игре Разбор кейсов Решение задач Тестирование
---	---	--	---

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины «Конкурентоспособность бизнес-систем» составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

4.2. Структура дисциплины.

4.2.1. Структура дисциплины в очной форме

№ п/п	Раздел и темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
	дисциплины		Лекции	Практические занятия	КСР	Самостоя- тельная работа, в т.ч. экзамен	
	Модуль 1. Основы конкуренции и конкурентоспособности компании						
	Тема 1. Основы теории конкуренции		2	2		6	опрос, деловая игра, защита рефератов,
	Тема 2. Характеристика конкурентоспособности и конкурентных преимуществ		2	2		6	

	Тема 3. Анализ конкурентоспособности компании		4	4		8	опрос, выполнение кейса, защита рефератов
	Итого за модуль 1		8	8		20	
	Модуль 2. Инструментарий оценки конкурентоспособности компании						
	Тема 4. Методы оценки конкурентоспособности организации		2	2		6	опрос, деловая игра, защита рефератов
	Тема 5. Исследование конъюнктуры рынка. Изучение потребителей и конкурентов	Понятие и виды исследования конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка и доли рынка. Стили поведения потребителей. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Процесс принятия решения о покупке. Сегментирование потре	2	2		6	опрос, деловая игра, защита рефератов
	Тема 6. Система управления конкурентоспособностью компании. Конкурентные стратегии компании.		4	4		8	опрос, выполнение кейса, круглый стол
	Итого за модуль 2		8	8		20	
	ИТОГО	72	16	16		48	

4.2.2. Структура дисциплины в очно-заочной форме

Модуль 1. Основы конкуренции и конкурентоспособности компании								Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
№ п/п	Раздел и темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					
			Лекции	Практические занятия	КСР	Самостоятельная работа, в т.ч. экзамен		
	Тема 1. Основы теории конкуренции		2	2		8	опрос, деловая игра, защита рефератов,	
	Тема 2. Характеристика конкурентоспособности и конкурентных преимуществ		2	2		8		
	Тема 3. Анализ конкурентоспособности		2	2		8	опрос, выполнение	

	компаний						кейса, защита рефератов
	Итого за модуль 1		6	6		24	
	Модуль 2. Инструментарий оценки конкурентоспособности компаний						
	Тема 4. Методы оценки конкурентоспособности организации		2	2		8	опрос, деловая игра, защита рефератов
	Тема 5. Исследование конъюнктуры рынка. Изучение потребителей и конкурентов	Понятие исследования конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка. Насыщение рынка и доля рынка. Стили поведения потребителей. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Процесс принятия решения о покупке. Сегментирование потре	2	2		8	опрос, деловая игра, защита рефератов
	Тема 6. Система управления конкурентоспособностью компании. Конкурентные стратегии компании.		2	2		8	опрос, выполнение кейса, круглый стол
	Итого за модуль 2		6	6		24	
	ИТОГО	72	12	12		48	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1. Основы конкуренции и конкурентоспособности компании

Тема 1. Основы теории конкуренции.

Подходы к определению сущности конкуренции. Роль конкуренции в рыночной экономике. Виды и методы конкуренции. Создание конкурентной среды. Концепция конкуренции М.Портера: конкурентные силы; угроза появления в отрасли новых конкурентов; угроза замены продукта новыми продуктами; сила позиции поставщиков; сила позиции покупателей.

Тема 2. Характеристика конкурентоспособности и конкурентных преимуществ

Понятие и источники конкурентоспособности предприятия. Виды конкурентоспособности: конкурентоспособность товаров (услуг), конкурентоспособность предприятий (организаций), конкурентоспособность отрасли, конкурентоспособность региона, конкурентоспособность страны. Сущность и соотношение понятий «конкурентные преимущества», «ключевые компетенции» и «рыночные факторы успеха». Виды конкурентных преимуществ. Формирование и поддержание конкурентных преимуществ.

Тема 3. Анализ конкурентоспособности компании

Анализ конкурентоспособности предприятия: анализ текущей рыночной ситуации, изучение приоритетных конкурентов, анализ возможностей проникновения на рынок сбыта, анализ программы коммуникативного воздействия в конкурентной борьбе. Методы анализа конкурентоспособности. Анализ конкурентоспособности преимущества по Ж.-Ж. Ламбену. Матрица БКГ (Бостонской консультативной группы). Матрица GE (Дженерал электрик). SWOT-анализ. PEST-анализ. PIMS-анализ. LOTS анализ. Анализ потенциала конкурентов

Модуль 2. Инструментарий оценки конкурентоспособности компании

Тема 4. Методы оценки конкурентоспособности организации

Факторы конкурентоспособности предприятия. Показатели эффективности деятельности предприятия: рентабельность, объем продаж, рентабельность продаж, рентабельность активов, оборачиваемость товаров. Методики оценки конкурентоспособности, основанные на матричных методах: методики определения конкурентной позиции организации путем построения конкурентных карт рынка, матрица Мак-Кинси. Методики оценки конкурентоспособности на основе комплексного показателя

Тема 5. Исследование конъюнктуры рынка. Изучение потребителей и конкурентов

Понятие и направление исследования конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка. Насыщение рынка и доля рынка. Стили поведения потребителей. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Процесс принятия решения о покупке. Сегментирование потребительского рынка. Выбор целевого рынка. Идентификация и ранжирование конкурентов. Рыночный лидер: характеристика, стратегии. Рыночный претендент: характеристика, стратегии. Рыночный последователь: характеристика, стратегии. Организация, нашедшая рыночную нишу: характеристика, стратегии. Исследование конкуренции на рынке. Обнаружение влияния конкуренции. Конкурентная разведка. Бенчмаркинг.

Тема 6. Система управления конкурентоспособностью компании. Конкурентные стратегии компании.

Сущность и предназначение управления конкурентоспособностью. Принципы управления конкурентоспособностью. Основные функции, реализуемые в системе управления конкурентоспособностью предприятия. Цели и задачи управления конкурентоспособностью. Система организационного развития. Маркетинговая ориентация деятельности: основные составляющие. Механизм управления потенциалом конкурентоспособности.

Конкурентная стратегия – понятие и содержание. Место конкурентной стратегии в общей стратегии предприятия. Принципы и подходы к формированию конкурентной стратегии. Конкурентная стратегия предприятия. Выбор конкурентной стратегии. Стратегия низких издержек. Стратегия дифференциации. Стратегия фокусирования. Стратегия продуктового лидерства: характеристика, преимущества, недостатки, условия применения. Стратегия ценового лидерства: характеристика, преимущества, недостатки, условия применения. Стратегия лидерства в нише: характеристика, преимущества, недостатки, условия применения. Модель реакции конкурентов.

4. Темы практических и семинарских занятий

Модуль 1. Основы конкуренции и конкурентоспособности компании

Занятие 1. Основы теории конкуренции.

1. Подходы к определению сущности конкуренции.
2. Роль конкуренции в рыночной экономике.
3. Виды и методы конкуренции.
4. Создание конкурентной среды.
5. Концепция конкуренции М.Портера: конкурентные силы; угроза появления в отрасли новых конкурентов; угроза замены продукта новыми продуктами; сила позиции поставщиков; сила позиции покупателей.

Занятие 2. Характеристика конкурентоспособности и конкурентных преимуществ

1. Понятие и источники конкурентоспособности предприятия.
2. Виды конкурентоспособности: конкурентоспособность товаров (услуг), конкурентоспособность предприятий (организаций), конкурентоспособность отрасли, конкурентоспособность региона, конкурентоспособность страны.
3. Сущность и соотношение понятий «конкурентные преимущества», «ключевые компетенции» и «рыночные факторы успеха».
4. Виды конкурентных преимуществ.
5. Формирование и поддержание конкурентных преимуществ.

Занятие 3. Анализ конкурентоспособности компании

1. Анализ текущей рыночной ситуации.
2. Изучение приоритетных конкурентов, анализ возможностей проникновения на рынок сбыта.
3. Анализ программы коммуникативного воздействия в конкурентной борьбе.
4. Анализ конкурентоспособности преимущества по Ж.-Ж. Ламбену.
5. Матрица БКГ (Бостонской консультативной группы).
6. Матрица GE (Дженерал электрик).
7. SWOT-анализ. PEST-анализ. PIMS-анализ. LOTS анализ.
8. Анализ потенциала конкурентов

Модуль 2. Инструментарий оценки конкурентоспособности компании

Занятие 4. Методы оценки конкурентоспособности организации

1. Факторы конкурентоспособности предприятия.
2. Показатели эффективности деятельности предприятия: рентабельность, объем продаж, рентабельность продаж, рентабельность активов, оборачиваемость товаров.
3. Методики оценки конкурентоспособности, основанные на матричных методах.
4. Методики определения конкурентной позиции организации путем построения конкурентных карт рынка, матрица Мак-Кинси.
5. Методики оценки конкурентоспособности на основе комплексного показателя

Занятие 5. Исследование конъюнктуры рынка. Изучение потребителей и конкурентов

1. Понятие и направление исследования конъюнктуры рынка.
2. Определение емкости рынка. Насыщение рынка и доля рынка.
3. Стили поведения потребителей. Факторы, влияющие на поведение потребителей.
4. Процесс принятия решения о покупке.
5. Сегментирование потребительского рынка. Выбор целевого рынка.
6. Идентификация и ранжирование конкурентов.
7. Рыночный лидер: характеристика, стратегии.

8. Рыночный претендент: характеристика, стратегии.
9. Рыночный последователь: характеристика, стратегии.
10. Организация, нашедшая рыночную нишу: характеристика, стратегии.
11. Исследование конкуренции на рынке.
12. Обнаружение влияния конкуренции.
13. Конкурентная разведка.
14. Бенчмаркинг.

Занятие 6. Система управления конкурентоспособностью компании. Конкурентные стратегии компании.

1. Сущность и предназначение управления конкурентоспособностью.
2. Принципы управления конкурентоспособностью.
3. Основные функции, реализуемые в системе управления конкурентоспособностью предприятия.
4. Цели и задачи управления конкурентоспособностью.
5. Система организационного развития.
6. Маркетинговая ориентация деятельности: основные составляющие.
7. Механизм управления потенциалом конкурентоспособности.
8. Конкурентная стратегия – понятие и содержание.
9. Место конкурентной стратегии в общей стратегии предприятия.
10. Принципы и подходы к формированию конкурентной стратегии.
11. Конкурентная стратегия предприятия. Выбор конкурентной стратегии.
12. Стратегия низких издержек. Стратегия дифференциации.
13. Стратегия фокусирования. Стратегия продуктового лидерства: характеристика, преимущества, недостатки, условия применения.
14. Стратегия ценового лидерства: характеристика, преимущества, недостатки, условия применения.
15. Стратегия лидерства в нише: характеристика, преимущества, недостатки, условия применения.
16. Модель реакции конкурентов.

5.Образовательные технологии

Программой дисциплины «**Конкурентоспособность бизнес-систем**» предусмотрено чтение лекций, проведение семинаров и практических занятий, выполнение самостоятельной работы.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентного подхода методика освоения дисциплины «**Конкурентоспособность бизнес-систем**» базируется на самостоятельном изучении студентами теоретического материала с помощью рекомендуемой учебно-методической литературы, закреплении его в ходе аудиторных занятий в форме лекций, семинаров и практических занятий, консультаций с преподавателем и групповых обсуждений по исследуемым темам, выполнении конкретных заданий (case-study).

Лекции выступают важнейшим видом учебных занятий и составляют основу теоретического обучения. Они призваны давать систематизированные основы научных знаний по общей теории менеджмента, раскрывать состояние и перспективы развития науки управления, концентрировать внимание студентов на ее наиболее сложных и узловых вопросах, стимулировать их активную познавательную деятельность, формировать творческое мышление. Виды лекций: лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция-информация, обзорная, проблемная, лекция-презентация.

Вузовская лекция должна выполнять не только информационную функцию, но также и мотивационную, воспитательную и обучающую.

Информационная функция лекции предполагает передачу необходимой

информации по теме, которая должна стать основой для дальнейшей самостоятельной работы студента.

Мотивационная функция должна заключаться в стимулировании интереса студентов к науке. На лекции необходимо заинтересовывать, озадачивать студентов с целью выработки у них желания дальнейшего изучения той или иной управленческой проблемы.

Воспитательная функция ориентирована на формирование у молодого поколения чувства ответственности, закладку нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мышления.

Обучающая функция реализуется посредством формирования у студентов навыков работы с первоисточниками научной и учебной литературой.

На **семинарах** и практических занятиях обсуждают возникающие вопросы и проблемы, выполняют конкретные задания (case-study), разбирают и анализируют полученные результаты.

Виды семинаров: проблемные, дискуссионные, тренинговые.

Семинарские и практические занятия проводятся с целью освоения теоретического материала и практических методов. Главным их содержанием является практическая работа каждого студента. Они проводятся в виде опросов устно или в тестовой форме по теоретическому материалу, необходимому для выполнения практической работы (с оценкой), работы в малых группах с использованием методов мозгового штурма и группового решения задач, деловых игр, разбора конкретных ситуаций (кейсов). Семинарские занятия могут проводиться в форме заслушивания докладов (презентаций), а также дискуссий (семинаров-диспутов).

Деловая игра – метод, подразумевающий имитацию принятия решений в различных производственных ситуациях (в учебном процессе – в искусственно созданных ситуациях), осуществляемый по заданным правилам группой людей, при наличии конфликтных ситуаций или информационной неопределенности.

Организация деловой игры. В начале проведения деловой игры студенты путем тестирования делятся на рабочие группы (команды) по 4 - 5 человек.

Для коллективного решения преподаватель на каждом практическом занятии определяет проблему, которые в совокупности составляют проблемное поле. В каждой группе выделяется организатор групповой работы - докладчик. Методом мозгового штурма рабочая группа в течение 30-45 минут предлагает технологию, сценарий или проект решения обозначенной проблемы. По истечении времени каждая группа докладывает о своих наработках. Все группы участвуют в обсуждении доклада. Преподаватель кратко подводит итоги групповой работы, оценивает качество, новизну подходов к решению выбранных проблем. Возможно продолжение работы в случае сложности обсуждаемого вопроса в качестве домашнего задания.

Активность работы студентов на практических занятиях может быть усилена индивидуальными заданиями.

Самостоятельная работа студентов в объеме 40 часов (48 часов по очно-заочной форме) является составной частью курса **«Конкурентоспособность бизнес-систем»** предполагает более глубокую проработку тем и разделов курса.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки в рамках изучения данной дисциплины предусмотрено широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития навыков обучающихся.

Практическая часть дисциплины предусматривает интерактивные формы обучения:

- подготовку и выступления с докладами в форме презентаций по проблемам организационного проектирования;
- разбор и анализ практических задач (кейсы).

Использование активных и интерактивных форм обучения (деловые игры, разбор конкретных ситуаций, обсуждение отдельных разделов дисциплины) в сочетании с самостоятельной работой способствует формированию и развитию профессиональных навыков обучающихся.

В рамках изучения дисциплины предусмотрены использование презентационной техники и компьютерных классов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа студентов в объеме 40 часов для очной формы обучения и 48 часов для очно-заочной формы, и является составной частью курса **«Конкурентоспособность бизнес-систем»**, предполагает более глубокую проработку тем и разделов курса, помогает развивать умение учиться, формировать у студента способности к саморазвитию, творческому применению полученных знаний, способам адаптации к профессиональной деятельности в современном мире.

Самостоятельная работа предполагает закрепление теоретического материала и практических навыков и содержит следующие виды работ:

- подготовка к практическим занятиям, разработка презентаций;
- поиск информации и работа с литературными источниками;
- выполнение контрольного (домашнего) задания в рабочей тетради;
- выполнение кейсов и ситуационных задач;
- подготовка рефератов и докладов;
- написание эссе по предлагаемой тематике;
- разработка варианта теста по заданной теме;
- использование средств электронного обучения, работа в Интернете.

Для самостоятельного изучения дисциплины вынесены отдельные темы и вопросы дисциплины.

Рекомендации по выполнению кейсов, ситуационных задач для студентов. Решение практических ситуаций (кейсов, ситуационных задач) – это вид самостоятельной работы студента по систематизации информации в рамках постановки или решения конкретных проблем и применения полученных знаний на практике. Данный вид самостоятельной работы направлен на развитие мышления, творческих умений, усвоение знаний, полученных в ходе активного поиска и самостоятельного решения проблем. Это позволяет студенту научиться видеть, ставить и разрешать как стандартные, так и нестандартные задачи, которые могут возникнуть в дальнейшем в профессиональной деятельности. При решении практической ситуации студенты должны: 1. представить рассуждение по поводу необходимости дополнительных данных и источников их получения; прогнозов относительно субъектов и/или причин возникновения ситуации; 2. продемонстрировать умения использовать системный подход, ситуативный подход, широту взглядов на проблему; 3. подготовить программу действий, направленную на реализацию, например, аналитического метода решения проблемы: проанализировать все доступные данные, превратить их в информацию; определить проблему; прояснить и согласовать цели; выдвинуть возможные альтернативы; оценить варианты и выбрать один из них.

При выполнении задания следует придерживаться следующей методики решения кейсов и ситуаций:

1. Обобщение. Короткая, ясная и четкая констатация факта или события в ситуации, оценка результата развития события.

2. Формулирование проблемы. Краткая суть проблемы без симптомов и готового решения.

3. Участники событий: люди, их характеристики и высказывания; характеристика организаций.

4. Хронология событий. Может быть представлена в форме таблицы (вчера, сегодня, завтра).

5. Концептуальные вопросы. Требуют изучения лекции по теме практического занятия или самостоятельной проработки проблемы.

6. Альтернативные решения. Перечисляются возможные, по мнению студента, направления действий. Приводятся аргументы, и оценивается каждая альтернатива. Предполагаются возможные положительные и отрицательные последствия выбора. Выбирается оптимальный вариант разрешения конкретной ситуации.

7. Рекомендации. Необходимо мотивировать выбранный вашей подгруппой или лично вами курс действий, приводящих к разрешению проблемы, и объяснить причины и рациональность его выбора.

8. План действий. Следует описать направление, ход действий и конкретные шаги по реализации выбранного курса, а также оценить, разрешена ли проблема.

9. Корректировка плана действий. После представления всех планов действий рабочих подгрупп осуществляется корректировка, если это необходимо, собственного плана и курса действий. Далее следуют ответы на замечания преподавателя.

10. Устранение «узких мест». Необходимо оценить соответствие личного видения ситуации и разобранных фактов ситуации, выявить пробелы – «узкие места» – в теоретических знаниях по курсу и практических навыках и умениях и стремиться к их устранению с помощью преподавателя, студентов других рабочих подгрупп и самостоятельной проработки управленческих проблем.

Подготовка к семинарским занятиям и деловым играм, в частности, в виде **разработки презентаций**. При подготовке презентации важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его.

- Презентация должна содержать не менее 15 слайдов.
- В каждом слайде должен быть текст и иллюстрация (график, схемы, диаграммы).
- Слайды должны быть прокомментированы.
- Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации.

Демонстрация презентаций на семинарах и деловых играх в течение семестра;

Поиск информации и работа с литературными источниками. Данный вид самостоятельной работы студентов предполагает сбор, обработку и представление информации по темам лекционного материала с более глубокой проработкой некоторых вопросов. Перечень тем для поиска информации соответствует содержанию разделов и тем дисциплины, представленных в программе.

В результате выполнения самостоятельной работы обучающийся должен представить отчет по самостоятельной исследовательской работе, который должен содержать: а) аналитический обзор переработанных источников по заданной теме курса или б) или теме исследований. В обзоре по теме курса следует дать сравнительную характеристику подходов авторов различных учебников и монографий к изложению каждой темы, выделить наиболее актуальные темы, новые, интересные. Результаты работы представляются в виде письменного отчета или презентации.

Отчеты по данному виду самостоятельной работы заслушиваются на аудиторных занятиях (лекциях или семинарских занятиях) по соответствующей теме.

Подготовка доклада. Данный вид самостоятельной работы студентов предполагает подбор информации и выступление перед аудиторией с представлением результатов на заданную тему. Темы докладов могут соответствовать темам лекционного материала с более глубокой проработкой некоторых вопросов, кроме того, доклад может быть подготовлен на основе написанного реферата или выполненного творческого задания.

Выступления с докладами проходят на практических занятиях по соответствующей теме.

Текущий контроль за выполнением самостоятельной работы осуществляется преподавателем на лекциях, практических занятиях и консультациях и включает оценку

реферативных работ студентов.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.2. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, докладов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Какова роль конкуренции в экономике?

Какие виды монополий выделяют?

Укажите факторы, определяющие интенсивность конкуренции на рынке.

На основе каких показателей производится оценка степени монополизации рынка?

Какие типы рынков выделяют по степени концентрации производства в отрасли?

Определите влияние факторов, представленных в модели М. Портера, на процесс формирования конкурентных преимуществ конкретного предприятия. Результаты свести в таблицу

Перечислите факторы, определяющие конкурентоспособность страны.

Какие характеристики должно иметь конкурентное преимущество?

В чем отличие между фактором и источником конкурентного преимущества?

Назовите источники экономических, структурных, информационных, инфраструктурных факторов конкурентных преимуществ.

Что может стать причиной утраты конкурентных преимуществ?

Выявите конкурентные преимущества конкретного предприятия на рынке. Результаты сведите в таблицу.

Ситуационная задача 1. На рынке города функционируют 12 организаций торговли, которые специализируются на продаже продовольственных товаров. Данные об объемах розничного товарооборота и прибыли от реализации этих организаций за два последних года представлены в таблице 1. 1.

Таблица 1. 1

Розничный товарооборот и прибыль от реализации товаров торговых организаций города

Номер организации	Розничный товарооборот, млрд. руб.	Прибыль от реализации товаров и услуг, млрд. руб.		
1 год	2 год	1 год	2 год	
1	512	545	61,440	65,030
2	311	308	35,770	34,880
3	293	310	31,650	32,060
4	225	226	26,300	29,050
5	142	144	18,460	14,850
6	115	115	14,360	15,360
7	85	86	12,000	14,270
8	67	67	16,000	15,900
9	39	37	6,000	5,100
10	32	35	4,000	4,700
11	28	30	4,530	5,060

Определите степень монополизации и уровень интенсивности конкуренции на

рынке города среди торговых предприятий, реализующих продовольственные товары, если емкость рынка в году, предшествующем 1-му году, составила 1628 млрд. руб.

Ситуационная задача 2. Предприятие «Зималетто» занимается пошивом эксклюзивной одежды мелкими партиями. На рынке функционируют еще 2 швейных предприятия, которые специализируются на обслуживании сегмента с высоким уровнем дохода – «Ли-Лу» и «Нега». Результаты опроса экспертов относительно привлекательности швейной отрасли и конкурентных преимуществ швейных предприятий представлены в таблицах 2.1 и 2.2.

Таблица

2.1

Экспертная оценка показателей привлекательности швейной отрасли

Показатель	Коэффициент значимости показателя	Оценка показателя, балл
Интенсивность конкуренции	0,2	1,36
Темпы роста рынка	0,25	1,2
Прибыльность отрасли	0,3	2,5
Дифференциация продукции	0,15	2,5
Инновационность отрасли	0,1	3,5

Таблица 2.2

Оценка показателей конкурентного преимущества швейных предприятий, балл

Показатель	Оценка значимости показателя	Оценка показателя, балл		
«Зималетто»	«Ли-Лу»	«Нега»		
Производственный потенциал	5	4	4	4
Себестоимость продукции	3	3	2	4
Качество продукции	5	4	3	5
Доля рынка	4	4	3	2
Темпы роста доли рынка предприятия	4	4	2	3
Квалификация персонала	5	4	3	5
Эффективность сбытовой деятельности	4	4	2	3
Технологические преимущества	4	3	2	3
Маркетинговые преимущества	3	3	2	4
Гибкость и мобильность организационной структуры	3	4	3	3
Лояльность потребителей	5	4	3	4

Определите конкурентные позиции и возможное стратегическое развитие, используя матричный метод Мак-Кинси

Ситуационная задача 3. Используя информацию, представленную в таблице 3.1, оцените конкурентоспособность универсальных магазинов за два последних года. Сделайте выводы о тенденциях изменения конкурентоспособности.

Таблица 3.1

Показатели торгово-финансовой деятельности универсальных магазинов за 2 года

Наименование магазина	Товарооборот, млн. руб.	Прибыль, млн. руб.	Рентабельность продаж, %	Доля рынка, %	Численность персонала, чел.				
1 год	2 год	1 год	2 год	1 год	2 год	1 год	2 год	1 год	2 год
ТД «Вега»	36664, 2	508830, 1	1501	10200	5, 7	3, 0	20, 0	21, 0	1000
ТД «Гермес»	31379, 3	41421, 7	780	340	3, 8	0, 1	17, 2	17, 0	1100
ЦУМ	29150, 8	40810, 07	1100	2200	5, 0	7, 0	16, 0	16, 8	910
БУМ	18530, 0	25635, 2	720	1200	5, 0	5, 8	10, 2	10, 5	890

Коэффициенты значимости показателей конкурентоспособности устанавливаются самостоятельно путем экспертного опроса не менее 6 человек. При проведении опроса рекомендуется использовать балльную оценочную шкалу от 0 до 10.

Ситуационная задача 4. Оцените конкурентоспособность торговой организации «Магнит» по сравнению с другими организациями города на основе информации, представленной в таблице

3. 2.

Таблица

3. 2

Данные конкурентоспособности торговых организаций города

Показатель конкурентоспособности	Значимость показателя, балл	Оценка показателей конкурентоспособности торговых организаций, доля ед.			
«Магнит»	«Лента»	«Пятерочка»	«Ашан»		
Количество персонала на 1000 м ²	6	1, 000	0, 950	0, 825	0, 962
Количество персонала в торговом зале в смену	4	0, 929	0, 857	1, 000	0, 714
Доля постоянных покупателей	7	1, 000	0, 704	0, 890	0, 705
Темпы роста доли постоянных покупателей за год	5	0, 789	1, 000	0, 990	0, 650

Количество покупателей в год	6	1, 000	0, 702	0, 561	0, 404
Темпы роста количества покупателей за год	5	0, 880	0, 831	0, 368	1, 000
Работающие кассы во всех магазинах на 1000 покупателей в день	7	0, 766	1, 000	0, 687	0, 692
Средняя зарплата одного торгового работника	6	1, 000	1, 000	0, 842	0, 895
Средняя глубина ассортимента	6	0, 681	0, 681	1, 000	0, 420
Доля непродовольственных товаров в обороте	6	0, 833	0, 744	1, 000	0, 444
Уровень цен на товары	6	0, 890	1, 000	0, 667	1, 000
Качество реализуемых товаров	7	1, 000	1, 000	0, 700	0, 900
Наличие экологически чистых продуктов	6	0, 900	1, 000	0, 000	0, 000
Доля частных марок в ассортименте	6	0, 800	0, 000	1, 000	0, 800
Продукты собственного производства	6	1, 000	0, 500	0, 500	1, 000
Общее количество дополнительных услуг	5	0, 766	1, 000	0, 745	0, 511
Среднее количество дополнительных услуг на один магазин	6	0, 882	1, 000	0, 882	0, 706

Определите сильные и слабые стороны торговой организации «Магнит», дайте рекомендации по повышению ее конкурентоспособности.

Ситуационная задача 5. На основе информации, представленной в табл. 3.3, проведите ABC-анализ ассортимента и определите основные направления ассортиментной, ценовой, рекламной политики организации. Выявите особенности организации закупок и продаж представленного ассортимента с целью улучшения результатов деятельности торговой организации.

Таблица 3.3
Динамика товарооборота кондитерских изделий

Ассортиментная позиция	Товарооборот, тыс. руб.		
Январь	Февраль	Март	
Конфеты «Сузор'е»	20 842,1	19 901,7	21 153,4
Конфеты «Золотая рыбка»	11 532,9	11 456,7	12 813,9
Конфеты «Солнечные»	51 025,7	48 852,5	53 897,0
Конфеты «Росинка»	31 442,0	29 764,0	29 653,1
Конфеты «Горошек»	19 971,9	21 734,2	22 456,0
Конфеты «Белые росы»	26 800,5	32 871,9	33 420,0
Конфеты «Шоколадница»	19 254,1	19 874,8	21 565,1
Конфеты «Летние»	21 141,8	23 451,9	24 300,7
Конфеты «Сказочные»	31 858,4	34 809,8	32 786,6

Конфеты «Зимушка-зима»	42 772,5	44 748,2	46 090,5
Конфеты «Ореховые»	10 114,0	12 990,5	11 654,7
Конфеты «Веселые ребята»	13 339,6	12 396,8	15 478,3

На основе информации, представленной в табл. 3.4, проведите XYZ-анализ ассортимента.

Таблица

3.4

Динамика объемов продаж кондитерских изделий

Ассортиментная позиция	Объем продаж, кг		
Январь	Февраль	Март	
Конфеты «Сузор'е»	324	230	340
Конфеты «Золотая рыбка»	190	187	202
Конфеты «Солнечные»	532	365	449
Конфеты «Росинка»	296	316	323
Конфеты «Горошек»	112	114	117
Конфеты «Белые росы»	375	398	420
Конфеты «Шоколадница»	76	81	83
Конфеты «Летние»	311	311	320
Конфеты «Сказочные»	297	307	309
Конфеты «Зимушка-зима»	350	384	406
Конфеты «Ореховые»	83	65	91
Конфеты «Веселые ребята»	121	123	129

На основе расчетов, выполненных при решении задания, проведите совмещенный ABC- и XYZ-анализ ассортимента торговой организации.

Ситуационная задача 6. Используя матричный метод оценки конкурентоспособности организации, основанный на построении конкурентных карт рынка, определите конкурентные позиции организаций обувной отрасли. Исходная информация об объеме продаж обуви в натуральном выражении за три последних года представлена в таблице 4.1.

Сделайте

выводы.

Таблица

4.1

Объем продаж обуви организациями за три года

Наименование организации	Объем продаж обуви, тыс. пар		
1 год	2 год	3 год	
ОАО «Луч»	55	60	62
ГПОО «Труд»	917	920	900
ОАО «Красный октябрь»	2002	2050	1800
ОАО «Обувь»	943	950	890
ОАО «Неман»	982	1026	1000
ОАО «Барановичская обувная фабрика»	109	115	120

ОАО «Бобруйская обувная фабрика»	655	665	650
ОАО РДМ	31	37	49
ЗАО «Отико»	687	660	700
ООО «Ле Гранд»	844	850	900
ООО «Чевляр»	778	800	900
ООО «Сивельга»	651	670	800

ООО «Ирвит»	146	154	200
ЗАО «Белкельме»	240	251	300
ООО «Рейлит»	208	222	120
ООО «Квадрига»	64	100	80
ГП «Ритм»	25	39	55
ООО «Эвимар»	1169	1189	2500

Ситуационная задача 8. На рынке торговли непродовольственными товарами города в сегменте крупных магазинов с универсальным ассортиментом действуют 4 универмага. Используя данные таблицы, оцените долю рынка, контролируемую каждым универмагом, уровень интенсивности конкуренции в этом сегменте в отчетном периоде и динамичность ее изменения. Охарактеризуйте рынок по степени развитости конкуренции на основе матрицы интенсивности конкуренции. Какие факторы могут вызвать изменения расстановки сил в конкурентной борьбе этих магазинов?

Таблица 4. 2

Реализация товаров крупными универмагами города

Наименование универмага	Базисный период	Отчетный период	
Розничный товароборот, млн. руб.	Доля рынка, %	Розничный товароборот, млн. руб.	Доля рынка, %
ЦУМ	40 810	43 924	
Омега	41 421	42 250	
Беларусь	50 830	54 346	
Гостиный двор	41 587	42 486	

Творческое задание 1. Выберите несколько конкурентов-организаций торговли в вашем городе. Выберите 2–4 способа оценки конкурентоспособности организации. Определите необходимые показатели. Проведите сбор информации, ее анализ. Проведите оценку конкурентоспособности выбранных торговых организаций. Сделайте выводы.

Творческое задание 2. Составить презентацию по анализу конкуренции и позиций конкурирующих предприятий в какой-либо отрасли с характеристикой рынка и особенностей функционирования рассмотренных предприятий.

Тематика рефератов

1. Определение конкурентных преимуществ предприятия.
2. Источники формирования конкурентного преимущества предприятия.
3. Основные направления достижения конкурентных преимуществ.
4. Стратегии фокусирования, первопроходца и синергизма.
5. Анализ конкурентных преимуществ на основе идей Ж. –Ж. Ламбена.
6. Факторы удержания конкурентных преимуществ предприятия.
7. Понятие рыночной конкуренции. Подходы к определению сущности конкуренции.
8. Роль конкуренции в рыночной экономике. Виды и методы конкуренции.
9. Концепция конкуренции М.Портера.
10. Понятие и виды конкурентоспособности. Источники конкурентоспособности фирмы.
11. Определение конкурентных преимуществ предприятия.
12. Сущность и соотношение понятий «конкурентные преимущества», «ключевые компетенции» и «рыночные факторы успеха».

13. Количественные и качественные характеристики рынка, рассматриваемые при анализе текущей рыночной ситуации.
14. Основные позиции приоритетных конкурентов, рассматриваемые для определения сильных и слабых сторон.
15. Основные условия для успешной реализации стратегии проникновения на рынок.
16. Основные методы анализа конкурентоспособности.
17. Анализ конкурентоспособности преимущества по Ж.-Ж. Ламбену.
18. Матрица БКГ (Бостонской консультативной группы), ее преимущества и недостатки
19. Особенности применения PIMS-анализа и LOTS-анализа.
20. Матрица GE (Дженерал электрик): этапы разработки и основные показатели.
21. Анализ потенциала конкурентов.
22. Конкурентоспособность продукта. Выбор атрибутов для анализа конкурентоспособности продукта.
23. Система показателей конкурентоспособности продукта: качественные показатели, маркетинговые показатели, экономические показатели.
24. Анализ потенциала конкурентов.
25. Факторы конкурентоспособности предприятия.
26. Методики оценки конкурентоспособности на основе комплексного показателя.
27. Методики оценки конкурентоспособности, основанные на матричных методах
28. Изучение потребителей как механизм совершенствования конкурентоспособности.
29. Стратегическое значение конкуренции.
30. Конкурентная стратегия предприятия. Выбор конкурентной стратегии
31. Стратегия продуктового лидерства: характеристика, преимущества, недостатки, условия применения
32. Стратегия ценового лидерства: характеристика, преимущества, недостатки, условия применения
33. Стратегия лидерства в нише: характеристика, преимущества, недостатки, условия применения
34. Модели разработки конкурентной стратегии предприятия
35. Диагностика конкурентной среды рынка.
36. Показатели для анализа конкуренции на рынке. Оценка степени монополизации рынка: индексы концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана.
37. Построение конкурентной карты рынка. Типовые стратегические положения предприятия.
38. Условия формирования и конкурентные преимущества базовых стратегий конкуренции.
39. Проектирование стратегии конкуренции с учетом динамики рынка и рыночной доли предприятия.

Деловая игра «ОЗЕРО».

Сценарий деловой игры «ОЗЕРО». Для тренера и игроков в этой игре важно оценить, что успешность реализации собственных стратегий зависит от стратегии иных участников взаимодействия. И залог успеха часто не столько в способности просчитать собственный следующий ход, сколько оценить намерения и стратегию коллег-соперников. С точки зрения разворачивания конфликта важно не только какие решения принимают участники, сколько то, как они договариваются. Для организации группового обсуждения тренер после третьего раунда предоставляет возможность каждому игроку провести 10-минутное совещание для выработки единой стратегии использования ресурсов озера.

То, какие предложения (и как) выносятся на обсуждение и отстаиваются, а также исполнение или неисполнение участниками принятых договоренностей, определяет общий фон игры (решение о стратегии — дело анонимное, сугубо индивидуальное, на публику не выносится — если иное не явится предметом отдельной договоренности).

Участвуют: 8, 10, 12 или 14 игроков.

Инструкция к проведению деловой игры

Вокруг озера расположены промышленные предприятия (по количеству игроков), директорами которых являются игроки. Деятельность каждого из предприятий связана с использованием воды озера и неизбежно приводит к его загрязнению. Отсутствие мероприятий по очистке озера грозит ему гибелью и, следовательно, может привести к закрытию всех предприятий.

Состояние озера на начало игры зависит от количества участников и составляет:

при 8	предприятиях	—	16	у. е. ;
при 10	предприятиях	—	20	у. е. ;
при 12	предприятиях	—	24	у. е. ;
при 14	предприятиях	—	28	у. е.
Озеро погибает	при состоянии		0	у. е.

Цель игры: получить прибыль и одновременно с этим сохранить озеро. Каждый из директоров вправе выбрать одну из следующих производственных стратегий на ближайший квартал.

Стратегия № 1: никаких затрат на экологические мероприятия; прибыль — 80%.

После реализации предприятием этой стратегии озеро загрязняется на 2 у. е. (то есть значение озера по результатам предыдущего раунда в у. е. уменьшается на 2 у. е.).

Стратегия №2: несущественные затраты на очистку озера, прибыль — 35%. После реализации предприятием этой стратегии озеро загрязняется на 1 у. е. (то есть значение озера по результатам предыдущего раунда в у. е. уменьшается на 1 у. е.).

Стратегия №3: затраты на очистку, позволяющие сохранить чистоту озера, прибыль — 10%.

Состояние озера стабильно.

Стратегия №4: затраты на очистку таких размеров, что позволяют улучшить состояние озера

на 4 у. е., то есть значение озера по результатам предыдущего раунда в у. е. увеличивается на 4

у. е. Прибыли нет.

Стратегия № 5: убытки — 30%, существенные затраты на очистку озера, позволяющие

улучшить его состояние на величину, зависящую от количества предприятий:

при 8	предприятиях	на	12	у. е. ;
при 10	предприятиях	на	16	у. е. ;
при 12	предприятиях	на	20	у. е. ;
при 14	предприятиях	на	24	у. е.

Правила игры:

– Минимальная прибыль, которую должен получить игрок, — 1000% (за 24 хода; при условии простого сложения процентов прибыли). Получение меньшего количества прибыли к моменту окончания игры (24 хода) карается наложением штрафа в размере 100% заработанного.

- Использование стратегии № 5 раньше 5-го хода карается наложением штрафа в размере 25% прибыли, то есть из прибыли предыдущего раунда (в %) вычитается 55% прибыли.

– Ход игрока — выбор стратегии на ближайшие 3 месяца; выбор осуществляется втайне от других игроков.

– Изменения в состоянии прибыли каждый из игроков подсчитывает самостоятельно.

– После осуществления 4-го хода каждый из директоров получает право назначить общее совещание руководителей предприятий, окружающих озеро. Особых правил ведения этих переговоров нет, участники могут устанавливать их сами.

– Игра считается завершенной:

- а) проигранной, если в результате действий игроков озеро погибло;
- б) выигранной, если в результате действий игроков каждому из них удалось получить максимально возможную прибыль и одновременно с этим сохранить озеро.

Тестовый вопрос 1

Выберите правильный ответ:

В чем состоит основной принцип маркетинга:

- а) продать то, что произведено;
- б) производить только то, что требуют потребители;
- в) обеспечить ознакомление потребителей с товаром;
- г) нацеленность на достижение промежуточного результата?

Тестовый вопрос 2

Выберите правильный ответ:

Какую задачу решает маркетинг при отсутствии спроса:

- а) создать спрос;
- б) стимулировать спрос;
- в) развить спрос;
- г) повысить спрос

28

Тестовый вопрос 3

Выберите правильный ответ:

Спрос — это:

- а) нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида;
- б) чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо;
- в) потребности человека, подкрепленные его покупательной способностью;
- г) все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку

Тестовый вопрос 4

Выберите правильный ответ:

Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение – это:

- а) рынок производителя;
- б) рынок посредника;
- в) рынок продавца;
- г) рынок покупателя.

Тестовый вопрос 5

Укажите не менее двух вариантов правильного ответа:

SWOT-анализ это анализ:

- а) сильных и слабых сторон предприятия;
- б) сегмента предприятия;
- в) мезосреды;
- г) возможностей и угроз.

Вопросы к зачету

1. Понятие рыночной конкуренции. Подходы к определению сущности конкуренции.
2. Роль конкуренции в рыночной экономике.
3. Типы конкурентного поведения.
4. Виды и методы конкуренции.
5. Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция.
6. Ценовая и неценовая конкуренция.
7. Формирование конкурентной среды.
8. Способы стимулирования конкуренции.
9. Концепция конкуренции М.Портера.
10. Базовые конкурентные стратегии (по М.Портеру).
11. Стратегия минимизации издержек.
12. Стратегия дифференциации.
13. Стратегия концентрации.
14. Понятие и виды конкурентоспособности.
15. Источники конкурентоспособности фирмы.
16. Сущность и характер влияния факторов базирования предприятия.
17. Цепочка ценностей предприятия (по М. Портеру).
18. Определение конкурентных преимуществ предприятия.
19. Сущность и соотношение понятий «конкурентные преимущества», «ключевые компетенции» и «рыночные факторы успеха».
20. Классификация ключевых факторов успеха.
21. Ключевые компетенции: особенности, уровни компетенции.
22. Виды конкурентных преимуществ, их формирование и поддержание.
- 29
23. Тактические и стратегические факторы конкурентного преимущества предприятия.
24. Причины утраты конкурентных преимуществ.
25. Методы анализа конкурентоспособности.
26. Анализ рыночной ситуации.
27. Изучение приоритетных конкурентов.
28. Анализ возможности проникновения на рынок сбыта.
29. Анализ программы коммуникативного воздействия в конкурентной борьбе.
30. Анализ конкурентоспособности предприятия по Ж.-Ж. Ламбену.
31. Матрица БКГ (Бостонской консультативной группы).
32. Матрица GE (Дженерал электрик).
33. SWOT-анализ.

34. PEST-анализ.
35. ABC-анализ.
36. PIMS-анализ.
37. LOTS-анализ.
38. Методика рейтинговой оценки конкурентоспособности предприятия.
39. Методика позиционирования сильных и слабых сторон потенциала конкурентоспособности предприятия.
40. Методика оценки конкурентоспособности организации на базе «4Р».
41. Анализ потенциала конкурентов.
42. Факторы конкурентоспособности предприятия.
43. Методики оценки конкурентоспособности на основе комплексного показателя.
44. Методики оценки конкурентоспособности, основанные на матричных методах.
45. Оценка конкурентоспособности, основанная на теории эффективной конкуренции.
46. Изучение потребителей как механизм совершенствования конкурентоспособности.
47. Исследование конъюнктуры рынка.
48. Факторы, влияющие на поведение потребителей.
49. Распределение частей рынка между конкурентами и интенсивность конкуренции
50. Агрегированные факторы, определяющие интенсивность конкуренции
51. Индекс концентрации: понятие, расчет.
52. Индекс Херфиндаля-Хиршман: понятие, расчет.
53. Коэффициент Лернера: применение, расчет.
54. Построение конкурентной карты рынка.
55. Типовые стратегические положения предприятия.
56. Исследование конкуренции на рынке.
57. Методы сбора информации о конкурентах.
58. Конкурентная разведка. Бенчмаркинг.
59. Идентификация и ранжирование конкурентов.
60. Рыночный лидер, претендент, последователь, организация, нашедшая рыночную нишу:
характеристики, стратегии.
61. Основные направления работы с конкурентами.
62. Конкурентная стратегия предприятия. Выбор конкурентной стратегии.
63. Стратегия низких издержек: характеристика, преимущества, недостатки, условия применения.
64. Стратегия лидерства в нише: характеристика, преимущества, недостатки, условия применения.
65. Стратегия дифференциации продукции: характеристика, преимущества, недостатки, условия применения.
66. Стратегии конкурентной борьбы: виолентная, коммутантная, патиентная, эксплерентная.
67. Сущность и предназначение стратегического управления конкурентоспособностью.
68. Техничко-технологическое направление обеспечения конкурентоспособности организации.
- 30
69. Организационно-управленческое и ресурсное направление повышения конкурентоспособности предприятия.
70. Стратегия радикальных инноваций.
71. Коммуникационные стратегии как элемент предпринимательского успеха.
72. Маркетинговое направление повышения конкурентоспособности организации: внедрение управления ассортиментом, мерчендайзинга, повышение уровня сервиса.

7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу. Контроль освоения студентом дисциплины осуществляется в рамках модульно-рейтинговой системы в зачетных единицах, включающих текущую и промежуточную аттестации.

По результатам текущего и промежуточного контроля составляется академический рейтинг студента по каждому кредиту и выводится средний рейтинг по всем трем кредитам.

По результатам промежуточного контроля студенту засчитывается трудоемкость дисциплины в зачетных единицах, выставляется дифференцированная отметка в принятой системе баллов, характеризующая качество освоения студентом знаний, умений и навыков по данной дисциплине.

Контроль успеваемости и качества подготовки студентов по дисциплине **«Конкурентоспособность бизнес-систем»** осуществляется в ходе текущего контроля, промежуточного контроля (модульные аттестации) и итогового контроля по дисциплине.

Текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических занятиях, индивидуальные задания – предназначен для проверки отдельных знаний, навыков и умений студентов, полученных при обучении по учебной дисциплине или требуемых для обучения по учебной дисциплине. Текущий контроль предназначен для проверки достижения студентом отдельных учебных целей и выполнения части учебных задач программы учебной дисциплины.

По результатам текущего контроля формируется допуск студента к зачету.

1. Присутствие и работа на лекции(конспект) – 2 балл;
2. Присутствие на семинаре – 1 балл;
3. Активное участие на семинарских занятиях – 15 балл;
4. Активное участие в деловых играх – 20 балл
5. Самостоятельная работа:
 - а) выполнение домашнего задания – 12 балл;
6. Устный (фронтальный) опрос – 10 баллов;
9. Доклады – 10 баллов.

Итого: текущий контроль знаний – 70 баллов.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,7/0,3. Контроль освоения учебного материала по каждому кредиту может осуществляться в форме:

- контрольной работы;
- тестирования.

Итого: промежуточный контроль – 30 баллов.

Оценка самостоятельной работы студента (подготовка доклада, выполнение индивидуальных заданий, домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Результаты успеваемости оцениваются по 100-балльной системе, которые отделом мониторинга качества образования переводятся в 50 баллов.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным

причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов

«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
0-50	Неудовлетворительно
51-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

Аттестованным считается студент, набравший 51 балл и выше.

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

а) адрес сайта курса:

1. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / ДГУ – гМахачкала. – доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети университета, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/>

2. Distant [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / ДГУ – гМахачкала. – доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети университета, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://distant.dgu.ru/>

б) основная литература:

1. Антонов Г.Д. Управление конкурентоспособностью организаций и территорий: учебное пособие / Антонов Г.Д., Иванова О.П., Тумин В.М. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018.-300 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=891858>

2. Быков В. А. Управление конкурентоспособностью: учеб. пособие / В.А. Быков, Е.И. Комаров. - Москва: РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 242 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=942745>

в) дополнительная литература:

1. Аспекты конкурентоспособности и управления собственными торговыми марками на розничных торговых предприятиях/ Красюк И.Н., Калугина С.А., Шульдешов А.С.- М.: Дашков и К, 2015.-172 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=558347>

2. Портер М.Е. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и

- обеспечить его устойчивость Учебное пособие / Портер М.Е., Калинина Е.Ю. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 716 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=615259>
3. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Портер М.Е. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 453 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=558670>
4. Шоул Д. Первокласный сервис как конкурентное преимущество / Шоул Д., Евстигнеева И. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 347 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=610283>
5. Шеффи Й. Жизнестойкое предприятие: как повысить надежность цепочки поставок и сохранить конкурентное преимущество / Шеффи Й. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 298 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=769041>
6. Царев В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 799 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1028531>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

- 1.Библиотека: Интернет-издательство / <http://www.magister.msk.ru/library/>
- 3.Библиотека Я. Кротова / <http://www.krotov.info/>
- 4.Единое окно доступа к образовательным ресурсам / <http://window.edu.ru/window/library>
- 5.Мировая цифровая библиотека / <http://wdl.org/ru/>
- 6.Публичная Электронная Библиотека / <http://lib.walla.ru/>
- 7.Российское образование. Федеральный портал. / <http://www.edu.ru/>
- 8.Русский гуманитарный интернет-университет / <http://www.i-u.ru/biblio/links.aspx?id=6>
- 9.Университетская библиотека / <http://www.biblioclub.ru/>
- 10.Электронная библиотека Российской государственной библиотеки / <http://www.rsl.ru/ru/s2/s101/>
- 11.Электронная библиотека учебников / <http://studentam.net/>
- 12.Электронная библиотека IQlib / <http://www.iqlib.ru/>
- 13.Lib.Ru: Библиотека Максима Мошкова / <http://lib.ru/>
- 14.Официальный сайт Президента Российской Федерации // www.kremlin.ru
- 16.Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации // www.economy.gov.ru
- 17.Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // www.gks.ru
- 18.Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) // <http://wciom.ru>
- 20.Сайт аналитического центра Юрия Левады (Левада-центр) // www.levada.ru
- 21.Сайт Института современного развития (ИНСОР) // www.riocenter.ru
- 22.Сайт Института общественного проектирования (ИНОП) // www.inop.ru
- 23.Сайт журнала «Эксперт» // www.expert.ru
- 27.Сайт Информационного агентства REGNUM // www.regnum.ru
- 30.Федеральный портал «Российское образование» // <http://www.edu.ru/>
- 31.eLibrary.ru [Электронный ресурс]: электронная библиотека/научн.электронная библиотека//<http://www.elibrary.ru/>.
32. Электронный каталог НБ ДГУ[Электронный ресурс]: база данных содержит сведения овсех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных занятиях, решают практические задачи по указанию преподавателя, готовятся к каждому семинару, изучают основные способы психического влияния людей друг на друга в деятельности и общении, усваивают и повторяют основные понятия, которыми обозначаются данные явления.

Характер и количество задач, решаемых на семинарских занятиях, определяются преподавателем, ведущим занятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки их конспектов по изучению литературных источников, проверки решения ими учебных заданий и практических задач, предусмотренных для самостоятельной отработки. Количество задач, предлагаемых для самостоятельной работы студентам, определяются их сложностью и с учетом соотношения часов аудиторной и самостоятельной работы.

В течение семестра проводится контрольная работа. Выполнение всех самостоятельных домашних заданий и контрольной работы является необходимым условием допуска к экзамену по теоретическому курсу. Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекций, семинарских практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, самостоятельной работы студентов. В качестве контрольно-развивающих форм используются командные и сценарные игры, «интеллектуальные разминки», «мозговые штурмы», моделирование изучаемого предмета.

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

При подготовке к семинарским занятиям необходимо:

- внимательно ознакомиться с тематикой семинара;
- прочесть конспект текста лекции по теме, изучить рекомендованную литературу;
- составить краткий план ответа на каждый вопрос семинарского занятия;
- проверить свои знания, отвечая на вопросы для самопроверки;
- выполнить задания (письменно);
- если Вам встретились незнакомые термины или имена, обязательно обратитесь к словарю и зафиксируйте их в Вашей тетради.
- выполнить задание по теме семинарского занятия. Все письменные задания выполняются в тетради для семинарских занятий. Тематика домашних заданий: выполняются по рекомендуемым темам; допускается написание домашних заданий по самостоятельно выбранным студентам темам по согласованию с преподавателем.

Для изучения теоретического курса студентам необходимо использовать лекционный материал, учебники и учебные пособия из списка литературы, статьи периодических изданий.

Самостоятельная работа студентов в объеме 40 часов является составной частью курса «Проектирование организаций», предполагает более глубокую проработку тем и разделов курса, в которую входит:

Задания для самостоятельной работы составлены по разделам и темам, по которым не предусмотрены аудиторские занятия, либо требуют дополнительной проработки и анализа материала в объеме запланированных часов.

Практические занятия включают в себя детальный анализ теоретического материала по изложенной тематике лекционных и семинарских занятий.

Формы анализа предполагают интерактивное взаимодействие преподавателя и студентов, обсуждение особенностей и альтернатив решения возникающих проблем и вопросов.

При подготовке к семинарским занятиям необходимо:

- внимательно ознакомиться с тематикой семинара;

- прочесть конспект текста лекции по теме, изучить рекомендованную литературу;
- составить краткий план ответа на каждый вопрос семинарского занятия;
- проверить свои знания, отвечая на вопросы для самопроверки;
- выполнить задания (письменно), представленные в приложении;
- если Вам встретились незнакомые термины или имена, обязательно обратитесь к словарю и зафиксируйте их в Вашей тетради.
- выполнить задание по теме семинарского занятия.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине «**Конкурентоспособность бизнес-систем**»:

1) интернет-сервисы и электронные ресурсы:

- поисковые системы: GoogleChrome, Yandex, Java;
- электронная почта: gashimova_leyla@mail.ru;
- профессиональные, тематические блоги и форумы: сайт ДГУ, конспекты лекций на электронной платформе Moodle, образовательный блог manadgment
- электронные библиотеки, онлайн-энциклопедии и справочники: ЭБС Книгафонд; <http://elibrary.ru> «Научная электронная библиотека»;
- электронные учебные и учебно-методические материалы по дисциплине.

2) информационные справочные системы:

- справочно-правовая система «КонсультантПлюс»;
- электронные периодические справочники «Система ГАРАНТ» «Гарант», «Консультант»;

3) Лицензионное ПО: MSWord, MSPowerPoint. Пакет офисных приложений OfficeStd 2016 RUSOLPNLAcademic, Контракт №219-ОА от 19.12.2016 г. с ООО «Фирма АС».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Для чтения лекций необходима аудитория на 25-30 мест, оснащенная мультимедийными технологиями. Компьютерный класс с доступом в Интернет.

1. На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 411 ауд, 414 ауд, 422 ауд., 408 ауд., 416 ауд. 434 ауд), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS Power Point, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ. рекомендована к использованию студентам при подготовке рефератов и творческих работ).