

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курганский государственный университет»
(КГУ)

Кафедра «**Менеджмент и маркетинг**»



УТВЕРЖДАЮ:
Первый проректор
/ Щербич С.Н. /

«02» сентября 2019 г.

Рабочая программа учебной дисциплины

Управление конкурентоспособностью предприятия
образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

38.03.02 Менеджмент

Направленность:

Менеджмент организации

Формы обучения: заочная

Курган 2019

Рабочая программа дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятия» составлена в соответствии с учебным планом по программе бакалавриата Менеджмент (Менеджмент организации) для заочной формы обучения, утвержденным 29 августа 2019 года.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг» «30» августа 2019 года, протокол №1..

Рабочую программу составил
Профессор кафедры
«Менеджмент и маркетинг»,
доцент, д-р экон. наук

О.Е. Васильева

Согласовано:

Заведующий кафедрой
«Менеджмент и маркетинг»
доцент, канд. экон. наук

З.Н. Варламова

Специалист
по учебно-методической работе
учебно-методического отдела

Г.В. Казанкова

Начальник Управления
образовательной деятельности

С.Н. Синицын

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: 2 зачетных единицы трудоемкости (72 академических часа)

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		8
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов	6	6
в том числе:		
Лекции	2	2
Практические занятия	4	4
Самостоятельная работа, всего часов	66	66
в том числе:		
Выполнение контрольной работы	–	–
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы (самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)	48	48
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	72	72

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью предприятия» является дисциплиной по выбору вариативной части блока Б1 образовательной программы бакалавриата направления «Менеджмент» направленность «Менеджмент организации».

Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях, навыках, приобретенных обучающимися при изучении дисциплин «Экономическая теория», «Экономика предприятия» и «Маркетинг». Результатом обучения по дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятия» является формирование теоретической и методологической основы для изучения дисциплин «Бизнес-планирование», «Стратегический менеджмент» и «Управление изменениями».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Целью освоения дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятия» является формирование теоретической и методологической базы оценки конкурентоспособности предприятий различных сфер и отраслей деятельности, а также освоение способов обеспечения их конкурентоспособности в перспективе.

Задачами освоения дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятия» являются:

- освещение теории конкуренции, рассмотрение роли конкуренции в рыночной экономике;
- формирование понятий о видах конкурентных рынков;
- изучение методологии оценки конкурентоспособности предприятия;
- формирование принципов выбора конкурентных стратегий.

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- **знать** основные теории конкуренции (ОПК-6, ПК-3);
- **уметь** разрабатывать конкурентную стратегию (ОПК-6, ПК-3);
- **владеть** основными методами оценки конкурентоспособности предприятия (ОПК-6, ПК-3).

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-тематический план

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
		Лекции	Практич. занятия
1	Методы оценки конкурентоспособности предприятия	2	4
Всего		2	4

4.2. Содержание лекционных занятий

Тема 1. Методы оценки конкурентоспособности предприятия

Дифференциальный метод оценки конкурентоспособности. Комплексный метод оценки конкурентоспособности. Интегральный метод оценки конкурентоспособности. Смешанный метод оценки конкурентоспособности. Метод радара. Метод конкурентного профиля. Экспертный метод.

4.3. Практические занятия

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Наименование практического занятия	Норматив времени, час.
1	Методы оценки конкурентоспособности и предприятия	– Решение сквозной бизнес-ситуации – Мини-тесты по теме	4
Всего			4

4.4. Контрольная работа

Контрольная работа учебным планом не предусмотрена.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

При прослушивании лекций рекомендуется в конспекте отмечать все важные моменты, на которых заостряет внимание преподаватель, а не только записывать материал под диктовку. Преподавателем предполагается использование при чтении лекций технологии учебной дискуссии, поэтому рекомендуется отмечать для себя интересные моменты с целью их обсуждения. Баллы за посещение лекции могут быть уменьшены до 0, если обучающийся не выполняет запланированную на лекции работу.

Залогом качественного выполнения практических занятий является самостоятельная подготовка к ним накануне путем повторения материала лекций и чтения учебной литературы. Рекомендуется подготовить вопросы по неясным моментам и обсудить их с преподавателем в начале занятия.

Преподавателем запланировано применение на практических занятиях технологии разбора конкретных ситуаций. Поэтому приветствуется самостоятельно расширение кругозора обучающегося по современным вопросам формирования конкурентных преимуществ предприятий различных сфер и отраслей деятельности.

Настоятельно рекомендуется тщательно прорабатывать материал дисциплины при самостоятельной работе, участвовать во всех формах обсуждения и взаимодействия, как на лекциях, так и на практических занятиях в целях лучшего освоения материала и получения высокой оценки по результатам освоения дисциплины.

Выполнение самостоятельной работы подразумевает:

- углубленное изучение разделов дисциплины;
- самостоятельное изучение разделов дисциплины;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовку к зачету.

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

Рекомендуемый режим самостоятельной работы

Наименование вида самостоятельной работы	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.
Углубленное изучение тем дисциплины	10
Методы оценки конкурентоспособности предприятия	10
Самостоятельное изучение тем дисциплины	30
Теоретико-методологические основы конкуренции	10
Конкурентные стратегии	10
Сегментация рынка	10
Подготовка к практическим занятиям (по 4 часа к каждому занятию)	8

Наименование вида самостоятельной работы	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.
Выполнение контрольной работы	–
Подготовка к зачету	18
ВСЕГО	66

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень оценочных средств

1. Вопросы к зачету и банк тестовых заданий к зачету.
2. Задания к практическим занятиям.

6.2. Процедура оценивания результатов освоения дисциплины

Время, отводимое обучающемуся на зачете, составляет 1 академический час.

Результаты зачета заносятся преподавателем в зачетно-экзаменационную ведомость, которая сдается в организационный отдел института в день зачета, а также выставляются в зачетную книжку обучающегося.

6.3. Примеры оценочных

Примерные тестовые задания зачета

Свободный вход на рынок и выход с него является признаком:

- a) Дуополии и совершенной конкуренции
- b) Олигополии и монополистической конкуренции
- c) Совершенной конкуренции и монополистической конкуренции
- d) Монополии и монополистической конкуренции

Если на рынке функционируют 4 фирмы с рыночными долями 35, 25, 25, 15 соответственно, то индекс Херфиндаля – Хиршмана для этого рынка равен:

- a) 10000
- b) 1700
- c) 2700
- d) 3550

Если два товара взаимодополняемы, то рост цены на первый вызовет:

- a) Падение спроса на второй товар
- b) Рост спроса на второй товар
- c) Увеличение объема спроса на второй товар

- d) Падение величины спроса на второй товар
- e) Построить радары конкурентоспособности машин-автоматов по следующим данным:

По исходным данным построить радары конкурентоспособности

Показатели	Значения показателей для торговых марок машин-автоматов	
	Атлант	Candy
1 Загрузка максимальная, кг	5	6,5
2 Скорость отжима максимальная, об./мин	800	1000
3 Количество программ	15	11
4 Потребление воды, л	49	44
5 Цветовая гамма, ед.	1	3
6 Цена, у.е.	300	448

В качестве «барьера» для проникновения в отрасль новых производителей могут служить:

- a) Патенты и лицензии
- b) Более низкие издержки крупного производства
- c) Законодательное оформление исключительных прав
- d) Использование в отрасли монопольно высоких цен на продукцию

6.4. Фонд оценочных средств

Полный банк заданий для текущего промежуточной аттестации по дисциплине, показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций, методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная учебная литература

- 1 Мокроносов, А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А.Г. Мокроносов, И.Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014 – 194, [2] с. - Текст: электронный. - https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/28814/1/978-5-7996-1098-2_2014.pdf (дата обращения 18.08.2019).
- 2 Квасникова, В.В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум: Учебное пособие / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. - Москва: НИЦ ИНФРА-М; Минск : Нов. знание, 2013. - 184 с.: ил.; - Текст: электронный. - Доступ из ЭБС «Znanium.com»..

7.2. Дополнительная учебная литература

- 1 Егоров, Ю.Н. Управление маркетингом: Учебное пособие / Ю.Н. Егоров - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 238 с. – Текст: электронный. - Доступ из ЭБС «Znanium. com».
- 2 Синяева, И.М. Управление маркетингом: Учеб. пособие / Под ред. И.М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вуз. учебник, 2009. - 416 с. – Текст: электронный. - Доступ из ЭБС «Znanium. com».

8. РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1 <http://gks.ru> – Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.
- 2 <http://fas.gov.ru> – Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы.
- 3 <http://consultant.ru> – Справочно-правовая система КонсультантПлюс.
- 4 <http://rbc.ru> – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера).
- 5 <http://aup.ru> АUP.Ru – Административно-Управленческий Портал.
- 6 <http://mavriz.ru> – Официальный сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом».
- 7 <http://bci-marketing.ru> - Официальный сайт журнала «Практический маркетинг».
- 8 <http://marketing-digital.ru> – Официальный сайт журнала «Маркетинг менеджмент в цифровой экономике».
- 9 <http://expert.ru> – Официальный сайт журнала «Эксперт» - online.
- 10 <http://bci-marketing.ru> – Официальный сайт журнала «Арт Маркетинг».
- 11 <http://bmpravo.ru> – Официальный сайт научно-практического экономико-правового журнала «Бизнес, менеджмент и право».
- 12 <http://grebennikov.ru/brand-management.phtml> – Официальный сайт журнала «Бренд–менеджмент».
- 13 <http://bci-marketing.ru/dj.htm> - – Официальный сайт журнала «Дайджест–маркетинг».
- 14 <http://osp.ru/cio/#/home> - Официальный сайт журнала «Директор информационной службы».
- 15 http://grebennikov.ru/in_mark.phtml Официальный сайт журнала «Интернет–маркетинг».
- 16 <http://marketing-mba.ru> – Официальный сайт журнала «Маркетинг MBA» (Маркетинговое управление предприятием).
- 17 <http://mmr.ru> – Официальный сайт журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования».
- 18 <http://mgmt.ru/index.html> – Официальный сайт журнала «Маркетинг. Менеджмент».

- 19 <http://grebennikov.ru/market-commun.phtml> – Официальный сайт журнала «Маркетинговые коммуникации».
- 20 http://grebennikov.ru/service_marketing.phtml – Официальный сайт журнала «Маркетинг услуг».
- 21 Журнал «Практика рекламы»
- 22 <http://prosmi.ru/magazin/practic/about> – Официальный сайт журнала «Практика рекламы».
- 23 <http://urtp.info> – Официальный сайт журнала «Проблемы теории и практики управления».
- 24 http://grebennikov.ru/recl_life.phtml – Официальный сайт журнала «Реклама и жизнь. Теория и практика».
- 25 <http://advi.ru> – Официальный сайт журнала «Рекламные идеи».
- 26 <http://risk-online.ru> – Официальный сайт журнала «РИСК» – Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция.
- 27 <http://kommersant.ru/sf> – Официальный сайт журнала «Секрет фирмы».
- 28 <http://sovetnik.ru> – Официальный сайт журнала «Советник».
- 29 <http://teleskop-journal.spb.ru> – Официальный сайт журнала «Телескоп».
- 30 <http://salesmanagement.ru> – Официальный сайт журнала «Управление продажами».
- 31 <http://foresight-journal.hse.ru> – Официальный сайт журнала «Форсайт».
- 32 <http://businesslearning.ru> - Система дистанционного бизнес-образования.
- 33 <http://dspace.kgsu.ru> - Электронная библиотека КГУ.

9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

При чтении лекций могут использоваться слайдовые презентации.

Минимальные требования к операционной системе и программному обеспечению компьютера, используемого при показе слайдовых презентаций: WindowsXP, FoxitReaderPro версия 1.3.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздаточный материал по темам занятий.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Управление конкурентоспособностью предприятия»

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата
38.03.02 – Менеджмент

направленность Менеджмент организации

Трудоемкость дисциплины: 2 ЗЕ (72 академических часа)

Семестр: 8(заочная форма обучения)

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Содержание дисциплины

Теоретико-методологические основы конкуренции. Конкурентные стратегии. Сегментация рынка. Методы оценки конкурентоспособности предприятия