

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

« 30 » 06 2020 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.08.02

Конкуренция и конкурентоспособность товара

(Индекс дисциплины)

(Наименование дисциплины)

Кафедра: 55 Экономики и финансов

Код

Наименование кафедры

Направление подготовки:

38.03.02- Менеджмент

Профиль подготовки:

Маркетинг

Уровень образования: бакалавриат

### План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	180	180
	Аудиторные занятия	79	16
	Лекции	48	8
	Лабораторные занятия	-	-
	Практические занятия	31	8
	Самостоятельная работа	74	155
	Промежуточная аттестация	27	9
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	8	9
	Зачет	7	-
	Контрольная работа	-	9
	Курсовой проект (работа)	-	-
<b>Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)</b>		<b>5</b>	<b>5</b>

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная							3	2				
Заочная								0,5	4,5			

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по соответствующему направлению подготовки

на основании учебных планов № 1/1/676, 1/3/678

# 1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая  Обязательная  Дополнительно является факультативом   
Вариативная  По выбору

## 1.2. Цель дисциплины

Развить компетенции обучающегося в области анализа и оценки конкуренции, конкурентной среды, конкурентоспособности товара и разработке конкурентных стратегий развития предприятия

## 1.3. Задачи дисциплины

- дать студентам необходимые теоретические знания в области конкуренции и конкурентоспособности товара;
- научить анализировать показатели конкурентоспособности товара;
- обосновать конкурентную стратегию предприятия.
- привить навыки самостоятельного, творческого использования теоретических знаний в практической деятельности.

## 1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;	второй
<b>Планируемые результаты обучения</b> Знать: Базовые понятия управления конкурентоспособностью товара, основные теории и стратегии конкурентоспособности. Уметь: Применяет методы оценки конкурентоспособности продукции в профессиональной деятельности Владеть: Навыками конкурентного анализа товара		
ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;	второй
<b>Планируемые результаты обучения</b> Знать: Методы ситуационного анализа, включая SWOT-анализ, анализ стратегических позиций, анализ сегментов рынка, анализ конкуренции и другие Уметь: Применяет методы оценки конкурентоспособности продукции для формирования новых бизнес-моделей Владеть: Навыками экономического и социального анализа осуществления предпринимательской деятельности для обеспечения конкурентоспособности продукции, выявления новых рыночных возможностей и формирования бизнес-моделей		

## 1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- Экономика предприятия (ПК-3)
- Маркетинг (ПК-3)

- Стратегический менеджмент (ПК-3)
- Товарная политика и товарный ассортимент (ПК-3)
- Производственная практика ( практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) (ПК-3)
- Ценообразование
- Финансовый анализ

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
<b>Учебный модуль 1. Общая характеристика конкуренции и конкурентоспособности</b>		
<b>Тема 1. Конкуренция и конкурентные преимущества</b> Понятие "Конкуренция", роль и функции конкуренции в рыночной экономике. Понятие и виды конкурентоспособности (конкурентоспособность товара, услуг, предприятия и др.). Понятие "Конкурентные преимущества" и их классификация.	14	13
<b>Тема 2. Конъюнктуры рынка</b> Понятие конъюнктуры рынка. Оценка и прогнозирование ёмкости рынка. Оценка и прогнозирование насыщенности и доли рынка. Виды конкурентных стратегий организации (виолентная, пациентная, коммутантная, эксплерентная).	14	13
<b>Тема 3. Анализ и оценка конкурентов</b> Идентификация и ранжирование конкурентов. Анализ конкурентов и конкурентная разведка. Факторы определяющие интенсивность конкуренции и ее оценка.	14	13
<b>Тема 4. Анализ и оценка потребителей</b> Стили и факторы поведения потребителей. Процесс принятия решения о покупке. Понятие и признаки сегментации потребительского рынка. Методы сегментации потребительского рынка.	13	13
<b>Текущий контроль 1 (проверочная работа)</b>	4	-
<b>Учебный модуль 2. Конкурентоспособность товара</b>		
<b>Тема 5. Теоретические основы конкурентоспособности товара.</b> Товар и его виды. Конкурентоспособность товара: сущность, принципы и цели оценки. Показатели оценки конкурентоспособности товара.	12	13
<b>Тема 6. Практика оценки конкурентоспособности товаров.</b> Сбор информации для оценки конкурентоспособности товаров. Оценка уровня конкурентоспособности товара. Выбор информационных источников. Методы снижения рисков от дезинформации.	12	13
<b>Тема 7. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров для повышения конкурентоспособности организации.</b> Оценка потребительской привлекательности товара, выбор каналов реализации, методов продвижения товаров. Оценка эффективности продвижения каналов реализации товаров	12	13
<b>Текущий контроль 2 (проверочная работа)</b>	4	-
<b>Промежуточная аттестация по дисциплине (зачет)</b>	<b>9</b>	<b>-</b>
<b>Учебный модуль 3. Методы оценки конкурентоспособности товара</b>		
<b>Тема 8. Матричные методы оценки конкурентоспособности товара</b> Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ). Модифицированная матрица БКГ. Матрица направленной политики Шелл Кемиклз	6	14
<b>Тема 9. Графические методы оценки конкурентоспособности товара</b> Матрица Портера. Многоугольник конкурентоспособности	6	14
<b>Тема 10. Экспертные методы оценки конкурентоспособности товара</b> Определение конкурентоспособности предприятия на основе опроса потребителей. Бальный метод оценки конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности товара по системе 11111 – 55555.	6	13

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
<b>Тема 11. Аналитические методы оценки конкурентоспособности товара</b> Модель Розенберга. Интегральный показатель оценки конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности на основе уровня продаж. Модель с идеальной точкой	7	13
<b>Текущий контроль 3 (проверочная работа)</b>	4	-
<b>Учебный модуль 4. Управление конкурентоспособностью товара</b>		
<b>Тема 12 Стратегии повышения конкурентоспособности товаров.</b> Определение уровня качества товаров. Борьба с копированием брендов. Оценка рыночной новизны товаров. Правила формирования стратегий. Оценка выбранных стратегий повышения конкурентоспособности товаров.	6	13
<b>Тема 13. Конкурентоспособность отечественных товаров.</b> Законодательная база РФ в области обеспечения конкурентоспособности. Цель и особенности проведения конкурсов: «Народная марка», «100 лучших товаров России», «Товар года» и национальной программы «Всероссийская марка (Штысячелетие)». Конкурентоспособность российских товаров на мировых рынках и пути ее повышения.	6	13
<b>Текущий контроль 4 (проверочная работа)</b>	4	-
<b>Текущий контроль 1-4 (Контрольная работа)</b>	-	8
<b>Промежуточная аттестация по дисциплине (экзамен)</b>	<b>27</b>	<b>9</b>
<b>ВСЕГО:</b>	<b>180</b>	<b>180</b>

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

#### 3.1. Лекции

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	7	4	8	1
2	7	4	8	-
3	7	4	8	-
4	7	4	8	-
5	7	6	8	1
6	7	6	8	1
7	7	6	8	1
8	8	2	9	1
9	8	2	9	1
10	8	2	9	1
11	8	2	9	1
12	8	4	9	-
13	8	2	9	-
<b>ВСЕГО:</b>		48		8

#### 3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	Конкуренция и конкурентные преимущества (практическое занятие)	7	1	8	-
2	Конъюнктуры рынка(практическое занятие)	7	2	8	-
3	Анализ и оценка			8	-

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	конкурентов (практическое занятие)	7	2		
4	Анализ и оценка потребителей (практическое занятие)	7	2	8	-
5	Теоретические основы конкурентоспособности товара. (практическое занятие)	7	2	9	1
6	Практика оценки конкурентоспособности товаров.	7	4	9	1
7	Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров для повышения конкурентоспособности организации.	7	4	9	1
8	Матричные методы оценки конкурентоспособности товара(практическое занятие)	8	2	9	1
9	Графические методы оценки конкурентоспособности товара(практическое занятие)	8	2	9	1
10	Экспертные методы оценки конкурентоспособности товара(практическое занятие)	8	2	9	1
11	Аналитические методы оценки конкурентоспособности товара(практическое занятие)	8	2	9	1
12	Стратегии повышения конкурентоспособности товаров.	8	4	-	1
13	Конкурентоспособность ответственных товаров. (практическое занятие)	8	2	-	-
<b>ВСЕГО:</b>			31		8

### 3.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

### 4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Не предусмотрены

### 5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1	Проверочная работа	7	1		
2	Проверочная работа	7	1		

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
3	Проверочная работа	8	1		
4	Проверочная работа	8	1		
1-4	Контрольная работа			9	1

## 6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	7	23	8	14
	8	8	9	126
Подготовка к практическим (семинарским) и лабораторным занятиям	7	25	9	7
	8	9		
Подготовка к зачёту	7	9	-	-
Выполнение домашних заданий			9	8
Подготовка к экзамену	8	27	9	9
<b>ВСЕГО:</b>		<b>101</b>		<b>164</b>

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### 7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)	
		очное обучение	заочное обучение
Лекции	Лекция – диалог. Разбор конкретных ситуаций.	15	2
Практические и семинарские занятия	Поиск вариантов решения проблемных ситуаций, доклад, дискуссия, опрос	16	2
ВСЕГО:		31	4

### 7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

#### Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
<b>7 семестр</b>			
1	Аудиторная активность: посещение лекций и активная работа на практических занятиях, ответы на вопросы устного собеседования	30	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1,5 балла за каждое посещение лекционных занятий (всего 34 занятий в семестре), максимум 51 балл</li> <li>- 2 балла за работу на практических занятиях (всего 17 занятий в семестре) – максимум 34 балла</li> <li>- 3 балла за каждый правильный ответ на вопрос устного собеседования на занятиях (всего 5 вопросов в семестре), максимум 15 баллов</li> </ul>

2	Выполнение текущего контроля	30	- 2 проверочные работы в семестре, 50 баллов за каждую – максимум 100 баллов
3	Сдача зачета	40	- Ответ на 2 теоретических вопроса (полнота, владение терминологией, затраченное время) – 30 баллов за каждый ответ – максимум 60 баллов - Решение практического задания - максимум 40 баллов
<b>Итого (%):</b>		100	

8 семестр			
1	Аудиторная активность: посещение лекций и активная работа на практических занятиях, ответы на вопросы устного собеседования	30	- 3 балла за каждое посещение лекционных занятий (всего 14 занятий в семестре), максимум 42 балла - 3 балла за работу на практических занятиях (всего 14 занятий в семестре) – максимум 42 балла - 4 балла за каждый правильный ответ на вопрос устного собеседования на занятиях (всего 4 вопроса в семестре), максимум 16 баллов
2	Выполнение текущего контроля	30	- 2 проверочная работа в семестре, 50 баллов за каждую – максимум 100 баллов
3	Сдача экзамена, зачета	40	- Ответ на 2 теоретических вопроса (полнота, владение терминологией, затраченное время) – 30 баллов за каждый ответ – максимум 60 баллов - Решение практического задания - максимум 40 баллов
<b>Итого (%):</b>		100	

#### Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале	
86 - 100	5 (отлично)	Зачтено
75 – 85	4 (хорошо)	
61 – 74		
51 - 60	3 (удовлетворительно)	
40 – 50		
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено
1 – 16		
0		

## 8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Майкл Портер Международная конкуренция [Электронный ресурс] : конкурентные преимущества стран / Портер Майкл. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 948 с. — 978-5-9614-4835-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58559.html>
2. Криворотов В.В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика»/ Криворотов В.В., Калина А.В., Ерыпалов С.Е.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 351 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34467>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013.— 388 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16743>.— ЭБС «IPRbooks» .

б) дополнительная учебная литература



1. Конкурентный анализ и управление конкурентоспособностью предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ю.А. Ахенбах [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Воронеж: Научная книга, 2012.— 274 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29269>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Тарануха Ю.В. Конкуренция и конкурентоспособность [Электронный ресурс]: монография/ Тарануха Ю.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Русайнс, 2015.— 335 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48906>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Философова Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент», «Экономика»/ Философова Т.Г., Быков В.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 295 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40462>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Головачев А.С. Конкурентоспособность организации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Головачев А.С.— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2012.— 319 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20082>.— ЭБС «IPRbooks»

## 8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Конкуренция и конкурентоспособность товара [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Тропынина Н. Е. — СПб.: СПбГУПТД, 2016.— 27 с.— Режим доступа: [http://publish.sutd.ru/tp\\_ext\\_inf\\_publish.php?id=3679](http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3679), по паролю.
2. Конкуренция и конкурентоспособность товаров [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Горюнова Н. Д. — СПб.: СПГУТД, 2015.— 22 с.— Режим доступа: [http://publish.sutd.ru/tp\\_ext\\_inf\\_publish.php?id=2302](http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2302), по паролю.

## 8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

### 1. официальные сайты учреждений и организаций

1. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации - [Электронный ресурс]. URL: <http://www.economy.gov.ru/minec/main>
2. Сайт федеральной службы государственной статистики - [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/>

### 2. образовательные ресурсы

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - [Электронный ресурс]. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
2. Универсальные базы данных изданий России и стран СНГ - [Электронный ресурс]. URL: <http://online.ebiblioteka.ru/index.jsp>

## 8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Информационные справочные системы:  
Информационно – правовой портал ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru> ,
2. Компьютерная справочно-правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>
3. Microsoft Windows 10
4. OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc, Office 2016

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

1. Стандартно оборудованная аудитория, специализированная мебель, доска, переносное мультимедийное оборудование, компьютер.

## 8.6. Иные сведения и (или) материалы

1. Сайт заочного отделения СПбГУПТД : [http://sutd.ru/studentam/extramural\\_student/](http://sutd.ru/studentam/extramural_student/)

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	<p>Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины. На лекциях излагается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами, широко используется зарубежный и отечественный опыт по соответствующей тематике.</p> <p>Освоение лекционного материала обучающимся предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами,</li> </ul>

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
	<p>структурой и содержанием дисциплины;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы и формулировки; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины.</li> <li>• проверка терминов, понятий: осуществлять с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь;</li> <li>• работа с теоретическим материалом (конспектирование источников): найти ответ на вопросы в рекомендуемой литературе.</li> </ul> <p>Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии.</p>
Практические занятия	При подготовке к практическим занятиям важно проработать материал лекций по конкретной теме, ознакомиться с рекомендуемой литературой и выполнить все необходимые задания. Студент активно участвует в обсуждении вопросов вынесенных на занятие: отвечает на вопросы, выполняет текущие практические задания, кейсы и т.д.
Лабораторные занятия	Не предусмотрены
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа направлена на расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации; подготовки к текущему контролю по дисциплине. Самостоятельная работа выполняется индивидуально. При подготовке к зачету (с оценкой) необходимо ознакомиться с перечнем вопросов, проработать конспекты лекций и практических занятий, рекомендуемую литературу, получить консультацию у преподавателя.

## 10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

#### 10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ПК-3/ Второй этап	Характеризует основные теории, принципы и стратегии конкурентоспособности товара.	Тестирование	Перечень тестовых заданий (15 заданий)
	Оценивает конкурентоспособность товара на основе существующих методологических разработок.	Практико-ориентированные задания	Сборник практико-ориентированных заданий (5 заданий)
	Разрабатывает и обосновывает выбор стратегии развития товара с целью обеспечения его конкурентоспособности	Практико-ориентированные задания	Сборник практико-ориентированных заданий (5 заданий)
ПК-17/ Второй этап	Характеризует основные методы конкурентного анализа (SWOT-анализ, анализ стратегических позиций, анализ сегментов рынка, анализ конкуренции и другие)	Тестирование	Перечень тестовых заданий (15 заданий)
	Оценивает конкурентоспособность с учетом экономических и социальных особенностей осуществления	Практико-ориентированные задания	Сборник практико-ориентированных заданий (5)

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
	предпринимательской деятельности		заданий)
	Разрабатывает стратегию конкурентоспособности продукции, выявляет рыночные возможности, формирует бизнес-модели	Практико-ориентированные задания	Сборник практико-ориентированных заданий (5 заданий)

### 10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

#### Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций	
		Устное собеседование	Оценка по традиционной шкале (зачёт)
86 - 100	5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>	ЗАЧТЕНО
75 – 85	4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>	
61 – 74		Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>	
51 - 60		3 (удовлетворительно)	
40 – 50	2 (неудовлетворительно)	Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>	
17 – 39	1 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>	НЕ ЗАЧТЕНО
1 – 16		Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>	
0		Попытка списывания, использования неразрешенных	

		технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>	
--	--	--	--

**10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций**

**10.2.1. Перечень вопросов (тестовых заданий), разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций**

№ п/п	Формулировка вопроса (задания)	Номер темы
1	Понятия "Конкуренция" и "Конкурентоспособность" их характеристики.	1
2	Характеристика совершенной, несовершенной и монополистической конкуренции.	1
3	Понятие «конкурентоспособности товаров» в современных условиях.	1
4	Конкурентоспособность товаров как фактор национальной безопасности страны.	1
5	Объекты и субъекты оценки конкурентоспособности и их характеристика.	1
6	Понятие конъюнктуры рынка. Оценка и прогнозирование ёмкости рынка.	2
7	Оценка и прогнозирование насыщенности и доли рынка.	2
8	Виды конкурентных стратегий (виолентная, пациентная, коммутантная, эксплерентная).	2
9	Идентификация и ранжирование конкурентов. Анализ конкурентов и конкурентная разведка	3
10	Факторы и методы оценки интенсивности конкуренции.	3
11	Стили и факторы поведения потребителей. Процесс принятия решения о покупке	4
12	Понятие и признаки сегментации потребительского рынка. Методы сегментации потребительского рынка.	4
13	Товар и его виды. Конкурентоспособность товара: сущность, принципы и цели оценки.	5
14	Понятие жизненного цикла товаров. Особенности формирования конкурентоспособности товаров на различных стадиях жизненного цикла.	5
15	Показатели оценки конкурентоспособности товара.	5
16	Принципы системы обеспечения конкурентоспособности товаров и их характеристика (ориентация на потребителя, процессный подход, взаимовыгодные партнерские отношения, постоянное улучшение, бенчмаркинг и бренд-стратегия).	5
17	Роль государства в обеспечении конкурентоспособности товаров.	5
18	Методы и процесс сбора информации для оценки конкурентоспособности товаров	6
19	Методы снижения рисков от дезинформации.	6
20	Оценка потребительской привлекательности товара, выбор каналов реализации, методов продвижения товаров.	7
21	Оценка эффективности продвижения каналов реализации товаров	7
22	Матричные методы оценки конкурентоспособности товара (Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ), Модифицированная матрица БКГ, Матрица направленной политики Шелл Кемиклз)	8
23	Графические методы оценки конкурентоспособности товара (Матрица Портера, Многоугольник конкурентоспособности).	9
24	Экспертные методы оценки конкурентоспособности товара (Определение конкурентоспособности предприятия на основе опроса потребителей, Бальный метод оценки конкурентоспособности товара).	10
25	Оценка конкурентоспособности товара по системе 11111 – 55555.	10
26	Аналитические методы оценки конкурентоспособности товара (Модель Розенберга, Интегральный показатель оценки конкурентоспособности товара, Оценка конкурентоспособности на основе уровня продаж, Модель с идеальной точкой).	11
27	Стратегии повышения конкурентоспособности товаров.	13
28	Законодательная база РФ в области обеспечения конкурентоспособности.	13

29	Законодательная база РФ в области обеспечения конкурентоспособности.	13
30	Цель и особенности проведения конкурсов: «Народная марка», «100 лучших товаров России», «Товар года» и национальной программы «Всероссийская марка (IIIтысячелетие)».	13
31	Конкурентоспособность российских товаров на мировых рынках и пути ее повышения.	13

**Вариант тестовых заданий, разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций**

№ п/п	Формулировка задания	Ответ
1	Какое из нижеприведенных определений соответствует понятию «монопольная конкуренция»? 1. конкурентная ситуация на рынке, когда множество организаций продают одинаковые товары; 2. положение на рынке товаров и услуг, характеризующее наличие только одного продавца; 3. рынок, где функционирует сравнительно большое число предприятий, производящих единую по назначению продукцию, которая отличается от товаров-конкурентов каким-либо специфическим свойством; 4. тип рынка, при котором небольшое количество крупных компаний контролирует производство и сбыт определенных товаров и ведет неценовую конкуренцию.	3
2	При значении показателя «степень концентрации производства в отрасли» 0,2 интенсивность конкуренции на рынке охарактеризуется как: 1. сильная; 2. средняя; 3. слабая.	1
3	Конкурентоспособность организации — это: 1. способность организации отвечать требованиям конкурентного рынка, запросам покупателей, соответствовать моде; 2. способность производить товар, эффективно его реализовывать и благодаря обладанию определенными конкурентными преимуществами успешно конкурировать на рынке; 3. способность удовлетворять покупателей по качеству товара, его техническому уровню, потребительским свойствам, цене.	2
4	Укажите, что из перечисленного является источником конкурентных преимуществ пациентов: 1. крупномасштабное производство, обеспечивающее экономию на издержках; 2. изготовление особой продукции, максимально удовлетворяющей потребности определенного круга потребителей; 3. максимальная приспособленность к удовлетворению небольших потребностей конкретного клиента; 4. первенство во внедрении принципиальных нововведений.	2
5	Укажите источник конкурентных преимуществ экспортеров: 1. крупномасштабное производство, обеспечивающее экономию на издержках; 2. изготовление особой продукции, максимально удовлетворяющей потребности определенного круга потребителей; 3. максимальная приспособленность к удовлетворению небольших потребностей конкретного клиента; 4. первенство во внедрении принципиальных нововведений. которая отличается от товаров-конкурентов каким-либо специфическим свойством»;	4
6	Целями оценки конкурентоспособности товара являются: 1. определение положения вновь разрабатываемого изделия в ряду аналогов организаций отрасли; 2. увязка научно-технической и производственно-коммерческой стратегии организации с запросами четко выявленных совокупностей потребителей; 3. разработка мер по повышению уровня конкурентоспособности товара; 4. изменение состава и структуры выпускаемого ассортимента продукции; 5. установление цен на товары;	1,3,4,5

	6. ориентация всей маркетинговой деятельности на конкретного потребителя.	
7	Продолжите фразу: «Конкурентоспособность товара — это... 1...относительная количественная характеристика товара удовлетворять требованиям конкретного рынка по сравнению с товарами конкурентов»; 2...совокупность качественных характеристик товара, которая отражает его отличие от товара-образца и обеспечивает этому товару преимущества на конкурентном рынке»; 3. ...совокупность стоимостных характеристик товара, которая отражает его отличие от аналогичных товаров и обеспечивает этому товару преимущества на конкурентном рынке»; 4...комплексная многоаспектная его характеристика, определяющая предпочтение товара на рынке по сравнению с аналогичным товаром конкурентов как по степени соответствия конкретным потребностям потребителей, так и по затратам на их удовлетворение».	4
8	Продолжите фразу: «Уровень конкурентоспособности товара — это... 1....относительная количественная характеристика товара удовлетворять требованиям конкретного рынка по сравнению с товарами конкурентов»; 2...совокупность качественных характеристик товара, которая отражает его отличие от товара-образца и обеспечивает этому товару преимущества на конкурентном рынке»; 3...совокупность стоимостных характеристик товара, которая отражает его отличие от аналогичных товаров и обеспечивает этому товару преимущества на конкурентном рынке»; 4...комплексная многоаспектная его характеристика, определяющая предпочтение товара на рынке по сравнению с аналогичным товаром конкурентов как по степени соответствия конкретным потребностям потребителей, так и по затратам на их удовлетворение».	1
9	К целям оценки конкурентоспособности товара НЕ относятся: 1.определение положения вновь разрабатываемого изделия в ряду аналогов организаций отрасли; 2.увязка научно-технической и производственно-коммерческой стратегии организация с запросами четко выявленных совокупностей потребителей; 3.разработка мер по повышению уровня конкурентоспособности товара; 4.изменение состава и структуры выпускаемого ассортимента продукции; 5.установление цен на товары; 6. ориентация всей маркетинговой деятельности на конкретного потребителя.	2,6
10	Понятие «конкуренция» означает: 1.освобождение экономики от дефицита товаров и услуг; 2.ситуация, при которой происходит превращение экономики в эффективную функционирующую систему; 3.соперничество, борьба между организациями, отраслями, регионами за достижение лучших результатов.	3

**10.2.2. Перечень тем докладов (рефератов, эссе, пр.), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций**

№ п/п	Формулировки тем (докладов, рефератов, эссе, пр.)	№ темы
1	Конкурентоспособность как объект управления. Глобализация экономики и глобализация конкуренции	1
2	Место России в мировом рейтинге конкурентоспособности	2
3	Анализ деятельности конкурентов: структура анализа, процедуры, диагностика целей конкурентов.	3
4	Система сбора и обработки информации о фирмах - конкурентах. Построение конкурентной карты рынка.	3
5	Классификация показателей, определяющих конкурентоспособность товара (услуги).	5
6	Анализ товарной структуры экспорта и импорта России. Федеральная программа комплексного развития экспорта.	5

7	Методы обеспечения конкурентоспособности товара. Система рационализации поставок “ джаст ин тайм”.	5
8	Методы обеспечения конкурентоспособности товара. Система ориентации на конкурентов “ бенчмаркинг ( benchmarking”)	5
9	Методы ведущих западных фирм по обеспечению конкурентоспособности: общий обзор.	10
10	Международная конкурентоспособность российских производителей: основные показатели, международные рейтинги.	10

**Вариант типовых заданий (задач, кейсов), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций**

№ п/п	Условия типовых задач (задач, кейсов)	Ответ																									
1	К какому виду конкуренции по отношению к внедорожнику Chevrolet Niva относятся следующие товары: велосипед, мотоцикл, Легковой автомобиль Lada Priora, легковой внедорожник Nissan Patrol	<table border="1"> <tr> <td>Виды конкуренции</td> <td>Товар</td> </tr> <tr> <td>Функциональная</td> <td>велосипед, мотоцикл</td> </tr> <tr> <td>Видовая</td> <td>Легковой автомобиль Lada Priora,</td> </tr> <tr> <td>Предметная</td> <td>легковой внедорожник Nissan Patrol</td> </tr> </table>	Виды конкуренции	Товар	Функциональная	велосипед, мотоцикл	Видовая	Легковой автомобиль Lada Priora,	Предметная	легковой внедорожник Nissan Patrol																	
Виды конкуренции	Товар																										
Функциональная	велосипед, мотоцикл																										
Видовая	Легковой автомобиль Lada Priora,																										
Предметная	легковой внедорожник Nissan Patrol																										
2	<p>Эксперты оценили параметры хозяйственной деятельности двух компаний, указав их значимость по 10-балльной шкале.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Параметр хозяйственной деятельности, %</th> <th>Компания - Лидер</th> <th>Компания N</th> <th>Удельный вес</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Рыночная доля компании</td> <td>25</td> <td>12</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Рост объемов реализации</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Доходность</td> <td>12</td> <td>12</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Уровень качества</td> <td>95</td> <td>92</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Рентабельность</td> <td>15</td> <td>15</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table> <p>Оцените уровень конкурентоспособности компании N</p>	Параметр хозяйственной деятельности, %	Компания - Лидер	Компания N	Удельный вес	Рыночная доля компании	25	12	6	Рост объемов реализации	3	4	5	Доходность	12	12	8	Уровень качества	95	92	10	Рентабельность	15	15	10	<p>интегральный показатель конкурентоспособности компании-лидера I1 = 1361 и показатель компании N In = 1258. Исходя из этого, Уровень конкурентоспособности компании N относительно лидера Равен 92,4%</p>	
Параметр хозяйственной деятельности, %	Компания - Лидер	Компания N	Удельный вес																								
Рыночная доля компании	25	12	6																								
Рост объемов реализации	3	4	5																								
Доходность	12	12	8																								
Уровень качества	95	92	10																								
Рентабельность	15	15	10																								
3	Назовите критерии сегментирования для товара: карманный электрический фонарик	<p>Как вариант решения:          Географический критерий: Страна , климат          Демографический критерий: возраст , пол          Психологический критерий: стиль жизни          Поведенческий Критерий: Повод</p>																									
4	<p>Кейс: Применение модели М.Портера для оценки привлекательности рынка.          Ателье, занимающаяся пошивом женской одежды рассматривает возможность открытия салона свадебных и вечерних платьев. В данный момент на рынке торгуют готовыми вечерними и свадебными платьями три компании: «Сеньорита», «Невеста», «Весна». Оцените привлекательность данного рынка, используя модель М. Портера.          Чтобы сделать вывод о привлекательности рынка с точки зрения уровня конкуренции определяют основные факторы, определяющие конкуренцию (таблица 1), оценивают их вес и силу методом</p>	<p>Как вариант решения:           По результатам оценки можно сделать следующие выводы. Покупатели имеют более значительную рыночную силу, чем продавец, что может повлечь снижение маржи прибыли продавца. Поставщики</p>																									

экспертных оценок и рассчитывают степень влияния каждой из сил конкуренции. Вес фактора оценивается в долях от 0 до 1 в рамках каждой группы факторов. Присутствие факторов оценивается по 3-х балльной шкале: 1 балл – не проявляется; 2 балла – слабо проявляется; 3 балла – четко проявляется. Оценка степени влияния каждой из пяти сил конкуренции рассчитывается как средневзвешенная.

Таблица 1. Факторы конкуренции на рынке отрасли

№	Факторы конкуренции	Вес	Сила	Оценка влияния
<b>1. Ситуация в отрасли</b>				<b>0,27</b>
1.1	Зрелость отрасли	0,22	2	0,44
1.2	Число и мощность фирм, конкурирующих на рынке	0,25	2	0,50
1.3	Степень стандартизации товара, предлагаемого на рынке	0,15	3	0,45
1.4	Изменение платежеспособного спроса	0,11	1	0,11
1.5	Сила брендов фирм на рынке	0,13	1	0,13
1.6	Стратегия конкурирующих фирм (поведение)	0,08	1	0,08
1.7	Привлекательность рынка данного продукта	0,06	3	0,18
<b>2. Влияние потенциальных конкурентов</b>				<b>0,38</b>
2.1	Капитальные издержки входа в отрасль	0,5	2	1
2.2	Верность потребителей существующим брендам и расходы на переманивание потребителей	0,2	1	0,2
2.3	Экономия от масштаба производства существующих в отрасли конкурентов	0,1	1	0,1
2.4	Доступность каналов поставки и распределения	0,15	1	0,15
2.5	Сопrotивление, оказываемое существующими фирмами	0,05	2	0,1
<b>3. Влияние поставщиков</b>				<b>0,24</b>
3.1	Уникальность и дефицит поставляемого ресурса	0,35	1	0,35
3.2	Расходы по переходу на другой ресурс	0,2	1	0,2
3.3	Число отраслей, имеющих потребность в этом ресурсе	0,15	1	0,15
3.4	Количество и размер фирм - поставщиков ресурса	0,3	1	0,3
<b>4. Влияние покупателей</b>				<b>0,53</b>
4.1	Количество покупателей и объем их покупок	0,6	2	1,2

организации имеют менее значительную рыночную силу, не смогут воспользоваться ей и продавать свою продукцию по более высокой цене. Существующие заменители товаров могут, но незначительно, ограничить размер цены, которую может назначить организация, и тем самым ограничить размер ее прибыли. Существующая интенсивная конкуренция в отрасли может заставить участников вступить в ценовые, исследовательские и рекламные войны, результатом которых, скорее всего, будет снижение прибыли. И, наконец, возможное появление новых участников, которые приносят с собой дополнительные ресурсы и стремятся отобрать часть рыночной доли у прежних участников, может усилить соперничество и уменьшить прибыли.



4.2	Значимость товара для покупателя	0,25	1	0,25
4.3	Дифференциация торговых предложений на рынке	0,15	1	0,15
<b>5. Влияние товаров-заменителей</b>				<b>0,33</b>
5.1	Степень соответствия цены и характеристики товаров-заменителей и основных товаров	0,4	1	0,4
5.2	Готовность покупателя перейти на товар-заменитель	0,3	1	0,3
5.3	Расходы по переманиванию потребителей	0,3	1	0,3

### 10.3. Методические материалы,

определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций

#### 10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена, зачета и / или защите курсовой работы) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

#### 10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная  письменная  компьютерное тестирование  иная\*

\*В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение

#### 10.3.3. Особенности проведения зачета и экзамена

Во время проведения экзамена и зачёта, у обучающихся отсутствует возможность пользоваться справочниками, словарями и иными учебными материалами. На подготовку ответа выделяется 45 минут. Оценка выставляется по результатам подготовки по билету и результатам устного собеседования по основным вопросам пройденного курса.