

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

А.Е. Рудин

« 28 » июня 2022 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.04.01 Конкуренция и конкурентоспособность предприятия

Учебный план: 2022-2023 38.03.01 ИЭСТ Экон предпр и орг ОО №1-1-106.plx

Кафедра: **55** Экономики и финансов

Направление подготовки:
(специальность) 38.03.01 Экономика

Профиль подготовки: Экономика предприятий и организаций
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
8	УП	18	18	71,75	0,25	3	Зачет
	РПД	18	18	71,75	0,25	3	
Итого	УП	18	18	71,75	0,25	3	
	РПД	18	18	71,75	0,25	3	

Санкт-Петербург
2022

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 954

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент

Тропынина Наталья
Евгеньевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой экономики и финансов

Никитина Людмила
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Никитина Людмила
Николаевна

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

1.2 Задачи дисциплины:

- дать студентам необходимые теоретические знания в области конкуренции и конкурентоспособности товара;
- научить анализировать показатели конкурентоспособности товара;
- обучить аргументированному выбору конкурентной стратегии предприятия.
- привить навыки самостоятельного, творческого использования теоретических знаний в практической деятельности.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Оценка бизнеса и управление стоимостью фирмы

Методы принятия управленческих решений

Экономика персонала

Корпоративная и социальная ответственность

Государственная денежно-кредитная политика

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-5: Способен осуществлять подготовку финансово-экономического обоснования реализации проекта государственно-частного партнерства

Знать: Базовые понятия управления конкурентоспособностью предприятия, основные теории и стратегии конкурентоспособности.

Уметь: Применять методы анализа и оценки конкурентоспособности предприятия

Владеть: Навыками конкурентного анализа деятельности предприятия в современных экономических условиях, Навыками разработки рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Общая характеристика конкуренции и конкурентоспособности	8					О,ДС,К
Тема 1. Конкуренция и конкурентные преимущества 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. Практическое занятие: Анализ и оценка конкурентов. Идентификация и ранжирование конкурентов. Факторы определяющие интенсивность конкуренции и ее оценка.		1	1	6	ГД	
Тема 2. Конъюнктуры рынка Понятие конъюнктуры рынка. Оценка и прогнозирование ёмкости рынка. Оценка и прогнозирование насыщенности и доли рынка. Практическое занятие: Конъюнктуры рынка		2	2	10	ГД	
Тема 3. Модели рынков совершенной и несовершенной конкуренции. Рынок совершенной конкуренции. Деятельность конкурентной фирмы в краткосрочном периоде. Рынок совершенной конкуренции в долгосрочный период. Рынок монополистической конкуренции. Поведение фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Олигополия. Монополия. Практическое занятие: Модели рынков совершенной и несовершенной конкуренции		2	2	6	АС	
Раздел 2. Конкурентоспособность предприятия						
Тема 4. Анализ конкурентных преимуществ товара и предприятия. Конкурентное преимущество, типы конкурентного преимущества. Факторы конкурентного преимущества различных объектов. Теория конкурентных преимуществ М.Портера. Показатели конкурентоспособности товара. Методика интегральной оценки конкурентных преимуществ (SWOT, GAP, LOTS, PIMS, «Профим», McKinsey)		2	2	5,75	АС	К

Тема 5. Матричные методы оценки конкурентоспособности товара Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ). Модифицированная матрица БКГ. Матрица направленной политики Шелл Кемиклз Практическое занятие: Матричные методы оценки конкурентоспособности товара	2	2	8	АС	
Тема 6. Графические методы оценки конкурентоспособности. Многоугольник конкурентоспособности Практическое занятие: Графические методы оценки конкурентоспособности товара	2	1	8	ГД	
Тема 7. Экспертные методы оценки конкурентоспособности товара и предприятия Определение конкурентоспособности предприятия на основе опроса потребителей. Бальный метод оценки конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности товара по системе 11111 – 55555. Практическое занятие: Экспертные методы оценки конкурентоспособности	2	2	8	АС	
Тема 8. Аналитические методы оценки конкурентоспособности Модель Розенберга. Интегральный показатель оценки конкурентоспособности предприятия. Оценка конкурентоспособности на основе уровня продаж. Модель с идеальной точкой Практическое занятие: Аналитические методы оценки конкурентоспособности	2	2	8	АС	
Раздел 3. Управление конкурентоспособностью					
Тема 9. Стратегии повышения конкурентоспособности товаров. Определение уровня качества товаров. Борьба с копированием брендов. Оценка рыночной новизны товаров. Правила формирования стратегий. Оценка выбранных стратегий повышения конкурентоспособности товаров. Практическое занятие: Стратегии повышения конкурентоспособности товаров.	1	2	6	ГД	Д
Тема 10. Виды конкурентных стратегий организации (виолентная, пациентная, коммутантная, эксплерентная). Практическое задание: Анализ конкурентных стратегий	2	2	6	АС	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	18	18	71,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине	36,25		71,75		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-5	Раскрывает сущность конкуренции и конкурентоспособности предприятия, поясняет методы исследования конкуренции и конкурентоспособности,	Тестовые вопросы
	Оценивает конкурентоспособность предприятия	Вопросы для устного собеседования
	Разрабатывает стратегию конкурентоспособности предприятия и предлагает рекомендации по повышению конкурентоспособности продукции.	Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся своевременно выполнил полученное задание по дисциплине и представил результаты в соответствии с предъявляемыми требованиями, возможно допуская несущественные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Не зачтено	Обучающийся не выполнил (выполнил частично) полученное задание по дисциплине; не представил результаты в соответствии с предъявляемыми требованиями; не смог изложить содержание и выводы по анализируемой проблеме, допустил существенные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 8	
1	Стратегии электронного маркетинга как инструмент повышения конкурентоспособности товара
2	Конкурентоспособность российских товаров на мировых рынках и пути ее повышения.
3	Законодательная база РФ в области обеспечения конкурентоспособности.
4	Стратегии повышения конкурентоспособности предприятия.
5	Аналитические методы оценки конкурентоспособности (Модель Розенберга, Интегральный показатель оценки конкурентоспособности товара, Оценка конкурентоспособности на основе уровня продаж, Модель с идеальной точкой).
6	Оценка конкурентоспособности товара по системе 1111 – 5555.
7	Экспертные методы оценки конкурентоспособности (Определение конкурентоспособности предприятия на основе опроса потребителей, Бальный метод оценки конкурентоспособности товара).
8	Графические методы оценки конкурентоспособности (Матрица Портера, Многоугольник конкурентоспособности).
9	Матричные методы оценки конкурентоспособности (Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ), Модифицированная матрица БКГ, Матрица направленной политики Шелл Кемиклз)
10	Методы снижения рисков от дезинформации.
11	Методы и процесс сбора информации для оценки конкурентоспособности предприятия и ее продукции
12	Роль государства в обеспечении конкурентоспособности предприятия.
13	Принципы системы обеспечения конкурентоспособности товаров и их характеристика (ориентация на потребителя, процессный подход, взаимовыгодные партнерские отношения, постоянное улучшение, бенчмаркинг и бренд-стратегия).

14	Показатели оценки конкурентоспособности предприятия.
15	Понятие жизненного цикла товаров. Особенности формирования конкурентоспособности товаров на различных стадиях жизненного цикла.
16	Товар и его виды. Конкурентоспособность товара: сущность, принципы и цели оценки.
17	Факторы и методы оценки интенсивности конкуренции.
18	Идентификация и ранжирование конкурентов. Анализ конкурентов и конкурентная разведка
19	Виды конкурентных стратегий (виолентная, пациентная, коммутантная, эксплерентная).
20	Оценка и прогнозирование насыщенности и доли рынка.
21	Понятие конъюнктуры рынка. Оценка и прогнозирование ёмкости рынка.
22	Объекты и субъекты оценки конкурентоспособности и их характеристика.
23	Конкурентоспособность предприятия как фактор национальной безопасности страны.
24	Понятие «конкурентоспособности товаров» и "конкурентоспособности предприятия" в современных условиях.
25	Характеристика совершенной, несовершенной и монополистической конкуренции.
26	Понятия "Конкуренция" и "Конкурентоспособность" их характеристики.

5.2.2 Типовые тестовые задания

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.

На стадии роста жизненного цикла товара фирма имеют(есть):

1. наибольшие затраты на сохранение конкурентоспособности товара
2. наименьшие затраты на производство и реализацию товара
3. наименьший объем продаж товара
4. наибольшую прибыль
5. самые высокие затраты на маркетинговые исследования рынка

Можно ли сделать вывод о конкурентоспособности товара определив его полное соответствие требованиям международного стандарта?

1. да, это возможно;
2. нет, это не возможно;
3. в зависимости от конкретной страны;
4. от количества конкурентов на данном рынке.

Понятие «рыночная 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.

Кто устанавливает правила игры на конкурентном рынке

1. производители
2. потребители
3. продавцы

К каким факторам относятся факторы конкурентоспособности, включающие качество, продажную цену, затраты на эксплуатацию и зависящие от производительности и интенсивности труда, издержек производства и наукоемкости продукции?

1. Техничко-экономическим.
2. Коммерческим.
3. Нормативно-правовым.
4. Инновационным.

Конкурентоспособность товара проявляется:

1. в низкой цене;
2. красивой упаковке;
3. способности быть проданным на конкурентном рынке.

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. К какому виду конкуренции по отношению к внедорожнику Chevrolet Niva относятся следующие товары: велосипед, мотоцикл, Легковой автомобиль Lada Priora, легковой внедорожник Nissan Patrol.

2. Чему равен показатель «интенсивность конкуренции», если объем прибыли, получаемый всеми конкурентами на рынке, составляет 5000 у.е., а общий объем реализации продукции на нем равен 15 000 у.е.?

3. Согласно ГОСТ 1938-90 массовая доля водорастворимых экстрактивных веществ в чае высшего сорта должна быть не менее 35 %. В образце А данный показатель составляет 36 %, в образце Б – 37 % и образце В – 34 %. Рассчитать единичные показатели конкурентоспособности и определите наименее конкурентоспособный товар

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Во время проведения 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.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Артемова, С. А.	Основы теории конкурентоспособности	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/108240.html
Мазилкина, Е. И., Паничкина, Г. Г.	Управление конкурентоспособностью	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/79818.html
Крайнова, О. С.	Методология оценки конкурентоспособности потребительских товаров	Саратов: Вузовское образование	2018	http://www.iprbookshop.ru/76926.html
Ежова В. А.	Методы оценки и прогнозирования конкурентоспособности предприятия	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20205049
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Сорокина, Т.	Система дистрибуции: Инструменты создания конкурентного преимущества	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82499.html
Макализ Д.	Экономика бизнеса: конкуренция, макростабильность и глобализация — 4-е изд., электрон.	Москва: Лаборатория знаний	2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=353359
Майкл, Портер, Минервин, И., Нижельской, О.	Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов	Москва: Альпина Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/93025.html
Шайбакова, А. В.	Методика повышения конкурентоспособности бизнес-структур	Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/78370.html
Майкл, Портер	Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран	Москва: Альпина Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/93028.html
Дианова, В. А., Безуглая, Н. С.	Управление конкурентоспособностью организации	Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/78045.html
Дж. Фокс, К. Грегори, Сундстрем Ю.	Конкурентные преимущества в денежном выражении	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	http://www.iprbookshop.ru/82906.html

Фокс, Джеффри	Как стать сильным конкурентом: достижения и преимущества	Тактики рыночного	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82893.html
---------------	--	-------------------	--------------------------	------	---

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

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

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Office Standart Russian Open No Level Academic

Microsoft Windows

Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» версии 3.3

СПС КонсультантПлюс

Microsoft Windows

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

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска