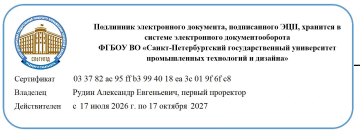
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по УР



_____А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.04.01 Конкуренция и конкурентоспособность предприятия

Учебный план: 2026-2027 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: (специализация) Экономика предприятий и организаций

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, 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
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент	_____	Тропынина Наталья Евгеньевна
От кафедры составителя: Заведующий кафедрой экономики и финансов	_____	Климова Наталья Сергеевна
От выпускающей кафедры: Заведующий кафедрой	_____	Климова Наталья Сергеевна

Методический отдел:

_____

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

Корпоративная и социальная ответственность

Экономика персонала

Методы принятия управленческих решений

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						К
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	

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						Д
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	
Тема 10. Виды конкурентных стратегий организации (виолентная, патиентная, 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, Оценивает конкурентоспособность предприятия Разрабатывает стратегию конкурентоспособности предприятия и предлагает рекомендации по повышению конкурентоспособности продукции.	Тестовые вопросы Вопросы для устного собеседования 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	Понятия "Конкуренция" и "Конкурентоспособность" их характеристики.
2	Характеристика совершенной, несовершенной и монополистической конкуренции.
3	Понятие «конкурентоспособности товаров» и "конкурентоспособности предприятия" в современных условиях.
4	Конкурентоспособность предприятия как фактор национальной безопасности страны.
5	Объекты и субъекты оценки конкурентоспособности и их характеристика.
6	Понятие конъюнктуры рынка. Оценка и прогнозирование ёмкости рынка.
7	Оценка и прогнозирование насыщенности и доли рынка.
8	Виды конкурентных стратегий (виолентная, патиентная, коммутантная, эксплерентная).
9	Идентификация и ранжирование конкурентов. Анализ конкурентов и конкурентная разведка
10	Факторы и методы оценки интенсивности конкуренции.
11	Товар и его виды. Конкурентоспособность товара: сущность, принципы и цели оценки.
12	Понятие жизненного цикла товаров. Особенности формирования конкурентоспособности товаров на различных стадиях жизненного цикла.
13	Показатели оценки конкурентоспособности предприятия.
14	Принципы системы обеспечения конкурентоспособности товаров и их характеристика (ориентация на потребителя, процессный подход, взаимовыгодные партнерские отношения, постоянное улучшение, бенчмаркинг и бренд-стратегия).
15	Роль государства в обеспечении конкурентоспособности предприятия.
16	Методы и процесс сбора информации для оценки конкурентоспособности предприятия и ее продукции

17	Методы снижения рисков от дезинформации.
18	Матричные методы оценки конкурентоспособности (Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ), Модифицированная матрица БКГ, Матрица направленной политики Шелл Кемиклз)
19	Графические методы оценки конкурентоспособности (Матрица Портера, Многоугольник конкурентоспособности).
20	Экспертные методы оценки конкурентоспособности (Определение конкурентоспособности предприятия на основе опроса потребителей, Бальный метод оценки конкурентоспособности товара).
21	Оценка конкурентоспособности товара по системе 11111 – 55555.
22	Аналитические методы оценки конкурентоспособности (Модель Розенберга, Интегральный показатель оценки конкурентоспособности товара, Оценка конкурентоспособности на основе уровня продаж, Модель с идеальной точкой.
23	Стратегии повышения конкурентоспособности предприятия.
24	Законодательная база РФ в области обеспечения конкурентоспособности.
25	Конкурентоспособность российских товаров на мировых рынках и пути ее повышения.
26	Стратегии электронного маркетинга как инструмент повышения конкурентоспособности товара

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 имеются (имеется):

1. наибольшие затраты на сохранение конкурентоспособности товара
2. наименьшие затраты на производство и реализацию товара
3. наименьший объем продажи 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 конкурентом 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. Технико-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. Может быть использован компьютерный контроль

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Серков, Л. Н.	Управление конкурентоспособностью	Симферополь: Университет экономики и управления	2022	https://www.iprbookshop.ru/124420.html
Тонышева, Л. Л., Кузьмина, Н. Л., Мальцева, Л. Ю.	Управление конкурентоспособностью коммерческого предприятия: теоретические основы и практикум	Тюмень: Тюменский индустриальный университет	2021	https://www.iprbookshop.ru/122398.html
Артемова, С. А.	Основы теории конкурентоспособности	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/108240.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
Мазилкина, Е. И., Паничкина, Г. Г.	Управление конкурентоспособностью	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/79818.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Дж. Фокс, К. Грегори, Сундстрем Ю.	Конкурентные преимущества в денежном выражении	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	http://www.iprbookshop.ru/82906.html
Майкл, Портер	Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран	Москва: Альпина Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/93028.html
Майкл, Портер, Минервин, И., Нижельской, О.	Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов	Москва: Альпина Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/93025.html
Сорокина, Т.	Система дистрибуции: Инструменты создания конкурентного преимущества	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82499.html
Фокс, Джеффри	Как стать сильным конкурентом: Тактики достижения рыночного преимущества	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82893.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

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/minec/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