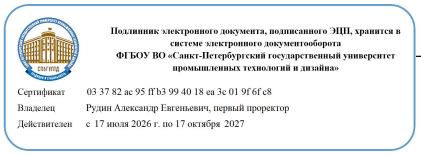
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по УР



_____А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.04.01 Конкуренция и конкурентоспособность в международном бизнесе

Учебный план: 2026-2027 38.03.01 ИЭСТ Межд бизнес ОО №1-1-104.plx

Кафедра: 55 Экономики и финансов

Направление подготовки: (специальность) 38.03.01 Экономика

Профиль подготовки: (специализация) Международный бизнес

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.
• 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:

Международные отраслевые рынки

Коммерческое право

Антикризисное управление

Персонал в инновационно-инвестиционной среде

Инновационные технологии в бизнесе

Моделирование бизнес-процессов

Основы международного бизнеса

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен разрабатывать справочные и вспомогательные материалы по трансферу технологий, коммерциализации прав на результаты интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации (РИД и СИ)
Знать: Основные понятия конкуренции и конкурентоспособности.
Уметь: анализировать конкурентоспособность товаров и фирм в том числе на международных ранках
Владеть: навыками оценки конкурентоспособности товаров с учетом требований международного бизнеса.

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. Введение в конкуренцию и конкурентоспособность международного бизнеса.Общая характеристика конкуренции и конкурентоспособности	8					О,К,ДС
Тема 1. Понятие международной конкуренции и особенности ее развития в современную эпоху 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 международной компании. Идентификация и ранжирование конкурентов в международном бизнесе. Факторы определяющие интенсивность конкуренции и ее оценка.		1	2	6	ГД	
Тема 2. 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. Теории международной конкурентоспособности Практическое занятие: Модели рынков совершенной и несовершенной конкуренции.		2	2	10	АС	
Тема 3. Конъюнктура рынка. Понятие конъюнктуры рынка. Оценка и прогнозирование ёмкости рынка. Оценка и прогнозирование насыщенности и доли рынка. Практическое занятие: Анализ конъюнктуры рынка.		1	1	6	ГД	
Раздел 2. Конкурентоспособность компании						К

Тема 4. Особенности конкурентоспособности международной компании. 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) Практическое занятие: Анализ конкурентных преимуществ товара и предприятия.		2	1	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	6	АС	
Тема 6. Графические методы оценки конкурентоспособности. Многоугольник конкурентоспособности Практическое занятие: Графические методы оценки конкурентоспособности товара		2	2	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 в международном бизнесе						
Тема 9. Стратегии повышения конкурентоспособности международных компаний. 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 продукции международных компаний.		2	2	6	ГД	К

Тема 10. Виды конкурентных стратегий организации (виолентная, патиентная, коммутантная, эксплерентная). Практическое занятие: Конкурентные стратегии международных компаний		2	2	8	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-1	Раскрывает сущность конкуренции и конкурентоспособности предприятия, поясняет методы исследования конкуренции и конкурентоспособности международных компаний	тестирование
	Оценивает конкурентоспособность международных компаний и продукции на внутренних так и на внешних рынках	Вопросы для устного собеседования
	Разрабатывает стратегию конкурентоспособности предприятия и предлагает рекомендации по ее повышению с учетом международной деятельности.	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.	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.	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
27	Влияния государства на формирование конкурентной среды и развитие международного бизнеса (проблема партнерства государства и бизнеса)
28	Конкурентные стратегии компаний и международный бизнес.
29	Роль маркетинга в формировании конкурентных преимуществ фирмы на современных мировых рынках
30	Технологическое развитие и конкуренция на мировых рынках
31	Свободные (специальные) экономические зоны и современная конкуренция
32	Механизмы поддержки национальных компаний на внешних рынках
33	Влияние развития информационных технологий на конкуренцию фирм на мировых рынках

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.

Фирмы, ведущие производственную деятельность в нескольких странах, называют

1. финансово-промышленными группами
2. картелями
3. транснациональными корпорациями
4. компания

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.

Форма расчета с поставщиками, транспортабельность товара, надежность поставки относятся к
1. производственным факторам конкурентоспособности
2. рыночным факторам конкурентоспособности
3. сбытовым факторам конкурентоспособности
4. сервисным факторам конкурентоспособности

Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это
1. виолентная стратегия
2. коммутантная стратегия
3. патиентная стратегия
4. экплерентная стратегия

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Проанализируйте следующую бизнес-ситуацию.
Большинство торговых точек, продающих гамбургеры McDonald's, принадлежат частным предпринимателям, которые платят компании McDonald's за право использовать торговую марку и рецепты McDonald's. При этом несложно найти рецепты ничуть не хуже тех, которые использует McDonald's, по существенно более низкой цене.
Вопрос. Почему, даже при наличии более дешевых продуктов схожего качества, покупатели франшизы готовы вносить такую высокую плату корпорации-франчайзеру?

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				
Серков, Л. Н.	Управление конкурентоспособностью	Симферополь: Университет экономики и управления	2022	https://www.iprbookshop.ru/124420.html
Нанеишвили, Г., Лозовика, Е.	Оптимизируй это немедленно! Как, используя современные IT-инструменты, сократить издержки и обойти конкурентов	Москва: Интеллектуальная литература	2024	https://www.iprbookshop.ru/137900.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
Кузнецова, Е. И.	Экономическая безопасность и конкурентоспособность. Формирование экономической стратегии государства	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2022	https://www.iprbookshop.ru/123375.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Майкл, Портер	Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран	Москва: Альпина Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/93028.html
Жикина О.В.	Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202461
Алексеев, Г. В., Искаков, И. Ж., Кучеренко, В. Я., Кузьмина, Е. В.	Возможности повышения конкурентоспособности предприятия совершенствованием логистических подходов	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/107580.html
Майкл, Портер, Минервин, И., Нижельской, О.	Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов	Москва: Альпина Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/93025.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