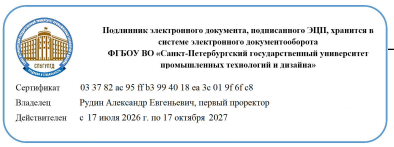
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по УР



_____А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.14 Конкуренция и конкурентоспособность фирмы

Учебный план: 2026-2027 38.04.01 ИЭСТ ЭАИиИДФ ЗАО №2-3-112.plx

Кафедра: 55 Экономики и финансов

Направление подготовки: (специальность) 38.04.01 Экономика

Профиль подготовки: (специализация) Экономический анализ инновационной и инвестиционной деятельности фирмы

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
2	УП	4	4	96	4	3	Зачет
	РПД	4	4	96	4	3	
Итого	УП	4	4	96	4	3	
	РПД	4	4	96	4	3	

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, утверждённым приказом Минобрнауки России от 11.08.2020 г. № 939

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 и конкурентоспособности фирмы, приобретение навыков практической оценки конкурентоспособности товаров (услуг) и фирм, практика выбора стратегии поведения предприятий в условиях открытого рынка и разработки мероприятий, направленных на обеспечение их долгосрочной конкурентоспособности.

1.2 Задачи дисциплины:

• дать студентам необходимые теоретические знания в области конкуренции и конкурентоспособности товара;

• научить оценивать конкурентоспособность фирмы;

• рассмотреть научные подходы к управлению конкурентоспособностью фирмы

• привить навыки самостоятельного, творческого использования теоретических знаний в практической деятельности;

• привить навыки стратегического анализа, разработки и осуществления стратегий организации, направленное на обеспечение конкурентоспособности.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Информационно-аналитическое обеспечение деятельности фирмы

Финансовое планирование и бюджетирование

Экономика государственного и муниципального сектора

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: Способен осуществлять стратегическое управление процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей в области инновационной и инвестиционной деятельности
Знать: Принципы функционирования и развития процессов на рынке товаров и услуг в условиях конкуренции;
Уметь: Анализировать, прогнозировать конъюнктуру рынка и показатели эффективности выбранной стратегии фирмы;
Владеть: Навыками исследования рынка и оценки конкурентного потенциала фирмы
ПК-5: Способен определять направления развития организации в области инновационной и инвестиционной деятельности
Знать: Источники информации по оценке конкурентного потенциала фирмы, по оценке уровня конкуренции на рынке, в области управления конкурентоспособностью
Уметь: Формировать необходимую информационную базу и оценивать надежность информации для принятия организационно-управленческих решений
Владеть: Навыками получения, обработки и хранения информации;

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Общая характеристика конкуренции и конкурентоспособности	2				
Тема 1. Теоретические основы конкуренции Роль и значение конкуренции в рыночной экономике. Основные понятия и условия возникновения конкуренции. Функции конкуренции. Основные факторы конкуренции. Современные приоритеты в конкуренции. Виды конкуренции (ценовая и неценовая конкуренция). Преимущества неценовой конкуренции. Уровни конкуренции по Ф. Котлеру. Практическое занятие: Теоретические основы конкуренции.		0,5	0,5	7	ГД
Тема 2. Конкурентные рыночные структуры и развитие конкуренции на российском рынке. Особенности конкурентных рыночных структур. Модель совершенной конкуренции. Модель монополистической конкуренции. Модель олигополистической конкуренции. Модель чистой монополии. Практическое занятие: Модели рынков совершенной и несовершенной конкуренции. Государственное регулирование конкурентных отношений.		0,5	0,5	10	АС
Тема 3. Теория конкурентных преимуществ. Понятие и свойства конкурентного преимущества. Виды конкурентных преимуществ. Модель пяти сил конкуренции М. Портера. Детерминанты конкурентного преимущества страны («национальный ромб»). Понятие конкурентного статуса фирмы. Оценка емкости рынка. Расчет рыночных долей. Оценка интенсивности конкуренции. Практическое занятие: Построение конкурентной карты рынка. Стратегические выгоды от присутствия конкурента на рынке.		0,5	0,5	12	ГД
Раздел 2. Конкурентоспособность фирмы					
Тема 4. Оценка конкурентоспособности товара. Методы оценки конкурентоспособности товара. Интегральный показатель конкурентоспособности товара. Практическое задание: Оценка конкурентоспособности производимых фирмой товаров		0,5	0,5	10	АС

Тема 5. Оценка конкурентоспособности фирмы. Обзор определений конкурентоспособности фирмы. Виды конкурентоспособности фирмы. Показатели конкурентоспособности предприятий. Методы оценки конкурентоспособности фирмы. Практическое занятие: Оценка конкурентоспособности фирмы		0,5	0,5	12	АС
Раздел 3. Управление конкурентоспособностью					
Тема 6. Разработка и реализация базовых стратегий конкуренции. Классификация конкурентных стратегий по М. Портеру: стратегия лидерства в минимизации издержек; стратегия дифференциации; стратегии фокусирования. Конкурентные стратегии предприятия по А.А. Томпсону и А.Д. Стрикленду. Стратегии конкуренции по Г.Л. Азоеву, А.П. Челенкову. Стратегия снижения себестоимости продукции. Особенности ценовых стратегий вытеснения конкурентов. «Ценовые войны». Стратегия дифференциации продукции. Практическое занятие: Базовые стратегии конкуренции (Стратегия сегментирования рынка. Стратегия внедрения новшеств. Степень новизны товаров. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка.)		0,5	0,5	10	ГД
Тема 7. Типовые стратегии конкурентной борьбы. Типовые стратегии конкурентной борьбы по А.Ю. Юданову (виолентная, патиентная, коммутантная, эксплерентная). Формы реакции фирм на повышение активности конкурентов (отсроченная реакция, избирательная реакция, «реакция тигра», стохастическая реакция). Роли предприятий в конкурентной борьбе (лидер, претендент на лидерство, последователи, окопавшиеся в рыночных нишах). Стратегии конкурентов в зависимости от их роли на рынке («оборона позиций», «фланговая оборона», «упреждающая оборона», «контрнаступление», «мобильная оборона», «сжимающая оборона»). Практическое задание: Анализ конкурентных стратегий		0,5	0,5	10	АС

Тема 8. Наступательные и оборонительные стратегии конкурентной борьбы Использование наступательных стратегий для сохранения конкурентоспособности: Преодоление сильных сторон конкурента. Наступление на слабые стороны конкурента. Одновременное наступление по многим направлениям. Обходные маневры. «Партизанские» наступления. Превентивные действия. Практическое задание: Использование оборонительных стратегий для сохранения конкурентного преимущества.		0,5	0,5	10	ГД
Тема 9. Особенности выбора политики обеспечения конкурентоспособности фирмы. Дистрибьютерная политика. Ценовая политика предприятия. Возможности ценовых политик в зависимости от уровня качества продукции предприятия. Альтернативные ценовые стратегии предприятий. Политика в области коммуникаций. Основные задачи политики в области коммуникаций. Матрица Симона «Объективное/субъективное качество». Развитие конкурентных преимуществ в различных рыночных ситуациях				15	АС
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	96	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		8,25		96	

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-3	Раскрывает сущность конкуренции и конкурентоспособности фирмы, поясняет методы исследования конкуренции и конкурентоспособности, Анализирует рыночную конъюнктуру и оценивает конкурентоспособность фирмы на рынке. Разрабатывает стратегию конкурентоспособности фирмы, предлагает рекомендации по повышению конкурентоспособности продукции.	Тестовые вопросы Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания
ПК-5	Раскрывает сущность процесса конкурентного анализа, называет источники информации для его проведения Находит и использует экономическую информацию для разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности фирмы Владеет навыками работы с различными экономическими	Тестовые вопросы Вопросы для устного собеседования Практико-

	показателями и документами, для проведения анализа конкурентоспособности фирмы	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
Курс 2	
1	Конкурентный анализ отрасли. Ключевые факторы успеха
2	Характеристика совершенной, несовершенной и монополистической конкуренции.
3	Содержание конкурентоспособности и ее формы.
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	Конкурентоспособность товара: содержание, факторы, источники, показатели.
12	Конкурентоспособность отрасли: содержание, факторы, источники, показатели.
13	Оценка конкурентоспособности фирмы.
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	Конкурентоспособность фирмы: общие подходы к оценке конкурентоспособности фирмы (с позиции сравнительных преимуществ, факторов производства, эффективной конкуренции, теории качества).
24	Законодательная база РФ в области обеспечения конкурентоспособности.
25	Конкуренция: теоретические модели, генезис экономической конкуренции и ее сущность.
26	Стратегии электронного маркетинга как инструмент повышения конкурентоспособности товара
27	Общая характеристика базовых стратегий конкуренции.
28	Стратегии конкуренции: стратегия дифференциации продукции (преимущества, рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы).
29	Стратегии конкуренции: стратегия снижения издержек (преимущества, рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы).
30	Международная конкурентоспособность российских производителей: основные показатели, международные рейтинги
31	Методы ведущих западных фирм по обеспечению конкурентоспособности: общий обзор.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?

1. М. Портер;
2. А. Литл;
3. Ф. Котлер;
4. И. Ансофф.

Укажите наиболее предпочтительный вариант выбора базового предприятия для интегральной оценки конкурентоспособности, позволяющий дать однозначную оценку:

1. лучшее предприятие в отрасли или сегменте рынка;
2. худшее предприятие в отрасли или сегменте рынка;
3. условное предприятие с наиболее низкими значениями показателей, включенных в интегральный.

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. Известно, что прибыль в отсутствии конкурентов составит 600тыс. руб., а прибыль при наличии конкурентов будет на уровне 450тыс. руб. Вероятность проявления конкурентами активности – 30%. Необходимо вычислить размер ожидаемой прибыли, учитывая возможность реакции конкурентов.

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. В будущем летнем сезоне модельеры предсказывают несколько тенденций покупательских предпочтений. Модный дом «Star» разработал коллекцию романтического стиля, приверженцами которого называют себя 35 % потребителей. 60 % потребителей выразили лояльность к разнообразным другим направлениям в одежде. Рассчитать устоявшуюся долю рынка «Star», используя модель Маркова.

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 и балльно-рейтинговая оценка.

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
Ежова В. А.	Методы оценки и прогнозирования конкурентоспособности предприятия	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20205049
Панарин, А. А., Андреева, Д. А.	Конкурентоспособность услуг бизнеса	Санкт-Петербург: Международный банковский институт имени Анатолия Собчака	2023	https://www.iprbookshop.ru/135786.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
Скиперская, Е. В., Вайцеховская, С. С., Довготько, Н. А., Токарева, Г. В.	Теоретические и практические основы повышения конкурентоспособности предприятия в условиях цифровизации	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет	2023	https://www.iprbookshop.ru/138995.html
Вайцеховская, С. С., Токарева, Г. В., Пономаренко, М. В., Скиперская, Е. В.	Исследование конкурентных преимуществ организаций, их видов, источников и путей развития	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет	2023	https://www.iprbookshop.ru/133821.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
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