

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.10.2021 14:02:31

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfd603194380008e29877a00c093

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»  
«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»**

**Факультет экономики и управления  
Кафедра «Менеджмент»**



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебно-методической работе

**С.С. Скараник**

«01» сентября 2020 г.

Рабочая программа дисциплины

**Управление конкурентоспособностью**

Направление подготовки

**38.03.02 Менеджмент**

Квалификация выпускника

*Бакалавр*

Для всех форм обучения

Симферополь 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	19
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины	20
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	20
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	20
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине )	21

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

В результате освоения ОПОП обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов по дисциплине
ПК-3	<p>владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>	<p><b>Знать:</b> методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;</p> <p><b>Уметь:</b> использовать методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>
ПК-9	<p>способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p><b>Знать:</b> экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;</p> <p><b>Уметь:</b> использовать способы оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций; методы анализа рыночных и специфических рисков, поведения потребителей экономических благ и формирования спроса;</p> <p><b>Владеть:</b> способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса</p>

ПК-10	<p>владением количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p>	<p><b>Знать:</b> методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей;</p> <p><b>Уметь:</b> использовать методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p>
-------	--	--

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина Б1.В.19 «Управление конкурентоспособностью организаций» относится к дисциплине вариативной части учебного плана ОПОП 38.03.02 «Менеджмент».

Изучению данной дисциплины предшествуют: статистика, информатика, инвестиционный менеджмент, методы принятия управленческих решений

## 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

### 3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий

#### Для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы 108 часов

Объём дисциплины	Всего
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа	58
Аудиторная работа (всего):	54
Лекции	26
Семинары, практические занятия	28

Самостоятельная работа обучающихся (всего)	50
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	4

### Для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы 108 часов

Объём дисциплины	Всего
Общая трудоёмкость дисциплины	108
Контактная работа	14
Аудиторная работа (всего):	10
Лекции	4
Семинары, практические занятия	6
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	94
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	4

## 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

### 4.1. Разделы дисциплины и трудоёмкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ темы	Наименование темы	Всего		Количество часов					
		ОФО	ЗФО	Контактная работа (аудиторная работа)				Внеаудит. работа	
				Лекции		Практичес.		Самост. работа	
				ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1	Теоретические основы управления конкурентоспособностью	16	18	4	1	4	1	8	16
2	Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организации	18	17	4		6	1	8	16
3	Формирование конкурентного преимущества	16	18	4	1	4	1	8	16
4	Механизм управления конкурентоспособностью	18	17	4		4	1	10	16

	объекта исследования								
5	Оценка конкурентоспособности объекта исследования	20	18	6	1	6	1	8	16
6	Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности объекта исследования	16	16	4	1	4	1	8	14
	Всего по дисциплине	104	104	26	4	28	6	50	94
	Зачет	4	4						
	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>26</b>	<b>4</b>	<b>28</b>	<b>6</b>	<b>54</b>	<b>98</b>

#### **4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)**

##### **Тема 1. Теоретические основы конкурентоспособности**

Сущность понятия «рыночная конкуренция». Роль конкуренции в рыночной экономике. Субъекты и объекты конкуренции. Понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность». Уровни конкурентоспособности. Четыре базовых типа рыночных структур: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия. Содержание управления конкурентоспособностью организаций как экономической категории.

##### **Тема 2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организации**

Понятие и сущность процесса управления конкурентоспособностью организации. Современные подходы к управлению конкурентоспособностью организации. Принципы управления конкурентоспособностью организации.

##### **Тема 3. Формирование конкурентного преимущества**

Теория конкурентного преимущества М. Портера. Базовые конкурентные стратегии: абсолютное лидерство в издержках; дифференциация; фокусирование. Цепочка создания ценности фирмы. Принципы анализа конкурентной стратегии в глобальном масштабе М. Портера. Конкурентные преимущества. SWOT-анализ организации.

##### **Тема 4. Механизм управления конкурентоспособностью объекта исследования**

Сущность конкурентных стратегий. Классификация конкурентных стратегий. Конкурентные стратегии лидеров рынка. Стратегия дифференциации; стратегия низких издержек; стратегия фокусирования (по М. Портеру); виолентная (силовая) стратегия; пациентная (нишевая) стратегия; коммутантная (приспособительная) стратегия; эксплорентная (пионерская) стратегия (по А. Юданову); стратегии лидера рынка, стратегия «бросающего вызов», стратегия «следующего за лидером», стратегия специалиста («нишера») (по Ф. Котлеру). Матрица Артур Д. Литл (Модель АДЛ/ЛС)

### **Тема 5. Оценка конкурентоспособности объекта исследования**

Основные подходы к оценке конкурентоспособности организации: на основе закона сравнительных преимуществ; на основе теории равновесия фирмы и отрасли А. Маршалла и факторам производства; на основе теории эффективной конкуренции (по рыночным позициям фирмы); на основе теории маркетинга; матричный (матрица VCG). Основные методы оценки уровня конкурентоспособности предприятия, модель анализа его конкурентной позиции. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия. Оценка конкурентоспособности товара.

### **Тема 6. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности объекта исследования**

Разработка мероприятий по поддержанию и повышению достигнутого уровня конкурентоспособности предприятия. Оценка экономического эффекта мероприятий. Преимущества систем менеджмента качества (СМК); менеджмента ресурсов (СМР); интегрированной логистической поддержки (ИЛП); системы «канбан»; в отрасли. Сущность системы «через функции». Конкурс-отбор поставщика продукции для государственных нужд.

## **4.3. Темы практических занятий**

### **Тема 1. Теоретические основы конкурентоспособности**

Конкуренция и конкурентоспособность. Конкурентоспособность: сопряженные категории, уровни анализа, показатели. Конкурентоспособность на различных уровнях: микро-, мезо-, макро- конкурентоспособность. Конкурентоспособность как объект управления.

### **Тема 2. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организации**

Системный, логический, воспроизводственно-эволюционный, инновационный, комплексный, глобальный, интеграционный, виртуальный, стандартизационный, маркетинговый, эксклюзивный, функциональный, процессный, структурный, ситуационный, нормативный, оптимизационный, административный, поведенческий, деловой подходы.

### **Тема 3. Формирование конкурентного преимущества**

Подходы к определению дефиниции "конкурентное преимущество". Модели М. Портера. Сущность и классификация ценностей. Методические основы управления конкурентными преимуществами объектов. Пути достижения и поддержания конкурентного преимущества компании.

### **Тема 4. Механизм управления конкурентоспособностью объекта исследования**

Сущность конкурентных стратегий. Классификация конкурентных стратегий. Виды стратегий по М. Портеру; А. Юданову; Ф. Котлеру. Матрица Артур Д. Литл (Модель АДЛ/ЛС)

### **Тема 5. Оценка конкурентоспособности объекта исследования**

Общая характеристика предприятия и выпускаемой продукции. Текущее состояние отрасли и перспективы ее развития. Оценка конкурентной позиции предприятия на рынке. Оценка конкурентоспособности продукции предприятия. Оценка конкурентоспособности предприятия. Анализ возможностей предприятия. SWOT-анализ, матрица Мак-Кинси.

### **Тема 6. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности объекта исследования**

Разработка мероприятий по поддержанию и повышению достигнутого уровня конкурентоспособности предприятия. Оценка экономического эффекта мероприятий. Внедрение систем менеджмента качества (СМК); менеджмента ресурсов (СМР); интегрированной логистической поддержки (ИЛП). Конкурс-отбор поставщика продукции для государственных нужд.

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

Тема (разделы)	Содержание заданий, выносимых на СРС	Кол-во часов ОФО	Кол-во часов ЗФО	Учебно-методическое обеспечение
1	Теоретические основы конкурентоспособности	8	16	учебно-методическое пособие
2	Научные подходы к управлению конкурентоспособностью организации	8	16	учебно-методическое пособие
3	Формирование конкурентного преимущества	8	16	учебно-методическое пособие
4	Механизм управления конкурентоспособностью объекта исследования	10	16	учебно-методическое пособие
5	Оценка конкурентоспособности объекта исследования	8	16	учебно-методическое пособие
6	Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности объекта исследования	8	14	учебно-методическое пособие

**В процессе самостоятельного изучения дисциплины осуществляются следующие виды работ:**

- подготовка к семинарам и опросам;
- подготовка к тестированию, в том числе, контрольному;
- подготовка реферата;

выполнение расчетно-графических работ.



## 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

### 6.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

#### Компетенция ПК-3

владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности		
<b>Этапы формирования компетенции</b>		
Знает	Умеет	Владеет
методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	использовать методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
6.2.1. (1-15)	6.2.1. (1-15)	6.2.1. (1-15)
6.2.2. (1-4,12-16,28-30)	6.2.2. (1-4,12-16,28-30)	6.2.2. (1-4,12-16,28-30)
6.2.3 (1-30)	6.2.3 (1-30)	6.2.3 (1-30)
<b>Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания</b>		
Знает, если выполнил: 6.2.1. (1-15); 6.2.2. (1-4,12-16,28-30); 6.2.3 (1-30)		
Умеет, если выполнил: 6.2.1. (1-15); 6.2.2. (1-4,12-16,28-30); 6.2.3 (1-30)		
Владеет, если выполнил: 6.2.1. (1-15); 6.2.2. (1-4,12-16,28-30); 6.2.3 (1-30)		

#### Компетенция ПК-9

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли		
<b>Этапы формирования компетенции</b>		
Знает	Умеет	Владеет
экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	использовать способы оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций; методы анализа рыночных и специфических рисков, поведения потребителей экономических благ и формирования спроса;	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса
6.2.1. (1-15)	6.2.1. (1-15)	6.2.1. (1-15)
6.2.2. (1-11,17-30)	6.2.2. (1-11,17-30)	6.2.2. (1-11,17-30)
6.2.3 (1-30)	6.2.3 (1-30)	6.2.3 (1-30)
<b>Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее</b>		

<b>формирования, шкала оценивания</b>
Знает, если выполнил: 6.2.1. (1-15); 6.2.2. (1-11,17-30); 6.2.3 (1-30)
Умеет, если выполнил: 6.2.1. (1-15); 6.2.2. (1-11,17-30); 6.2.3 (1-30)
Владеет, если выполнил: 6.2.1. (1-15); 6.2.2. (1-11,17-30); 6.2.3 (1-30)

### Компетенция ПК-10

владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления		
<b>Этапы формирования компетенции</b>		
Знает	Умеет	Владеет
методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей 6.2.1.(4-24), 6.2.2. (7-28) 6.2.3 (1-30)	использовать методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей  6.2.1.(13-26), 6.2.2. (7-28) 6.2.3 (1-30)	навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления 6.2.1.(18-30), 6.2.2. (7-28) 6.2.3 (1-30)
<b>Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания</b>		
Знает, если выполнил 6.2.1. (4-24), 6.2.2. (7-28); 6.2.3 (1-30)		
Умеет, если выполнил 6.2.1. (13-26), 6.2.2. (7-28); 6.2.3 (1-30)		
Владеет, если выполнил 6.2.1. (18-30), 6.2.2. (7-28); 6.2.3 (1-30)		

## 6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

### 6.2.1. Вопросы к зачету

1. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность»
2. Роль конкуренции в рыночной экономике. Принцип «невидимой руки» А. Смита
3. Конкуренция и конкурентное преимущество по М. Портеру
4. Содержание процесса управления конкурентоспособностью организации
5. Критерии конкурентоспособности продукции
6. Задачи и цели управления конкурентоспособностью
7. Теория конкурентного преимущества М. Портера
8. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия
9. SWOT-анализ
10. Маркетинговые стратегии челенджеров.
11. Маркетинговые стратегии последователей

12. Маркетинговые стратегии нишеров
13. Системный анализ в методике оценки конкурентоспособности организации
14. Эволюционный путь фирмы-виолента
15. Содержание управления конкурентоспособностью организаций как экономической категории
16. Стратегия специализированных фирм в борьбе с конкурентами
17. Организация обеспечения конкурентоспособности предприятий
18. Стратегия малого бизнеса в борьбе с конкурентами
19. Правовые основы управления конкурентоспособностью
20. Факторы конкурентоспособности товаров
21. Порядок взаимодействия с поставщиками комплектующих изделий, материалов и сырья
22. Документальное оформление требований в области надежности непосредственного потребителя, их согласование и выполнение
23. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия
24. Базовые стратегии конкуренции по М. Портеру
25. Модель конкурентных сил в отрасли М. Портера
26. Система менеджмента качества
27. Система менеджмента ресурсов
28. Система интегрированной логистической поддержки
29. Преимущества применения систем «канбан» в отрасли
30. Цепочка создания ценности фирмы М. Портера

### **6.2.2. Темы рефератов**

1. Понятие конкуренции, ее виды и функции.
2. Последствия конкуренции, ее позитивные и негативные аспекты.
3. Конкурентоспособность фирмы, отрасли и экономики страны.
4. Конкурентные преимущества как факторы определения конкурентного поведения предприятия.
5. Эволюция конкуренции и ее формы.
6. Роль государства в развитии предпринимательства и конкуренции
7. Система органов Антимонопольного комитета.
8. Основные принципы антимонопольного управления.
9. Государственный контроль за экономической конкуренцией.
10. Монопольное положение предприятий в экономике.
11. Научные подходы управления конкурентоспособностью предприятий.
12. Основные принципы эффективного управления современными предпринимательскими структурами.
13. Принципы оценки конкурентоспособности предприятий.
14. Конкурентоспособность национальных компаний.
15. Методы управления конкурентоспособностью организации.

16. Сущность конкурентной стратегии и ее значение.
17. Типы конкурентных стратегий и их особенности.
18. Анализ конкурентоспособности продукции.
19. Роль стратегического маркетинга в обеспечении конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей.
20. Внешняя среда организации (макросреда) — составляющие внешней среды и их характеристика.
21. Внутренняя среда организации и ее составляющие.
22. Влияние макро- и микросреды организации на уровень конкурентоспособности фирмы.
23. Особенности исследования конкуренции на российских товарных рынках.
24. Конкурентные стратегии зарубежных корпораций.
25. Кадровая политика и система управления персоналом.
26. Зарубежный опыт формирования и эффективного использования конкурентных преимуществ компании.
27. Качество продукции как фактор конкурентоспособности предприятия.
28. Проблемы и перспективы конкурентоспособности российской экономики на международном рынке.
29. Конкурентные стратегии ведущих российских компаний.
30. Развитие конкурентоспособности организации как результат эффективного использования ее потенциала.

### **6.2.3. Тестовые задания**

#### **1. Укажите характеристики, присущие модели совершенной конкуренции:**

- А. большое количество предприятий, реализующих стандартизированную продукцию;
- Б. используются неценовые методы конкуренции;
- В. спрос неэластичный;
- Г. все ответы правильные.

#### **2. Что в наибольшей степени может способствовать увеличению масштабов производства?**

- А. создание новой продукции, удовлетворяющей разнообразные потребительские вкусы, отвечающей требованиям высокой степени стандартизации потребностей рынка;
- Б. использование новых технологий, позволяющих повысить степень уникальности выпускаемой продукции;
- В. многократное увеличение количества складских запасов для обеспечения бесперебойной работы производственного оборудования;
- Г. введение специальной премии рабочим за превышение нормы выработки.

**3. Агрессивная реакция на изменение цен, организация тайных альянсов являются направлениями конкурентной борьбы, характерными для среды...**

- А. олигополистической конкуренции
- Б. монополистической конкуренции
- В. чистой монополии
- Г. нет правильного ответа

**4. Укажите характеристики, присущие модели монополистической конкуренции:**

- А. большое количество предприятий, реализующих стандартизированную продукцию;
- Б. используются неценовые методы конкуренции;
- В. спрос неэластичный;
- Г. все ответы правильные.

**5. Стандартизацию продукции, технологий можно отнести:**

- А. к свойствам повышения «входных барьеров» в отрасль;
- Б. к элементам государственного регулирования конкуренции;
- В. к средствам социальной защиты прав потребителей;
- Г. к условиям обеспечения притока иностранных инвестиций в конкурентоспособные предприятия отрасли.

**6. Укажите характеристики, присущие модели олигополистической конкуренции:**

- А. небольшое число предприятий на рынке;
- Б. преимущественно неценовая конкуренция;
- В. наличие существенных «входных барьеров» в отрасль;
- Г. все ответы правильные.

**7. Укажите факторы, способствующие обострению конкуренции в отрасли:**

- А. высокая степень стандартизации продукции;
- Б. наличие у потребителей обширной информации о продукции;
- В. высокая степень организации потребителей;
- Г. все ответы правильные.

**8. Укажите ключевые конкурентные преимущества, характерные для стратегии дифференциации продукции:**

- А. комплексное обслуживание сегмента рынка;
- Б. уникальность продукции, ее высокое качество или особенный дизайн;
- В. работа в новой рыночной нише, где отсутствуют конкуренты;
- Г. нет правильного ответа.

**9. Совокупность экономических, технических и организационных условий для создания нового производства определяет...(продолжите высказывание):**

- А. факторы конкурентной среды;
- Б. уровень «входного барьера»;
- В. условия существования государственных монополий;
- Г. исключительные права на производство продукции.

**10. Для оценки характера распределения рыночных долей между конкурентами использует показатель, называемый:**

- А. коэффициент факторного влияния выручки конкурентов на рыночную долю предприятия;
- Б. четырехдольный показатель концентрации;
- В. интегральный коэффициент конкурентоспособности;
- Г. агрегированный фактор концентрации производства.

**11. К элементам государственного регулирования конкуренции нельзя отнести:**

- А. регулирование добычи полезных ископаемых, цен на сырье, энергию, воду, землю;
- Б. социальная защита потребителей с помощью законодательно закрепленных прав потребителей, организации союзов потребителей;
- В. участие государства в производстве и реализации продукции за счет поддержания определенных долей государственной собственности в отраслевых предприятиях, госзаказов, льготных кредитов и ссуд;
- Г. обеспечение функционирования национальной системы сертификации.

**12. Укажите уровни управления конкурентоспособностью предприятия:**

- А. стратегический, тактический и оперативный;
- Б. внешний (маркетинговый) и внутренний (ресурсный);
- В. национальный, региональный, локальный;
- Г. макро- и микроуровень.

**13. Патентно-лицензионную политику, законодательно закрепляющую исключительные права на открытия, изобретения, ноу-хау можно отнести:**

- А. к элементам государственного регулирования конкуренции;
- Б. к условиям вхождения России в международный рынок;
- В. к условиям функционирования национальной системы сертификации продукции;
- Г. к средствам повышения «входного барьера» в отрасль.

**14. Сила воздействия поставщиков на интенсивность конкуренции значительна при наличии такого условия как:**

- А. наличие большого количества поставщиков, которые могут выбирать наиболее выгодные предложения по поставке;
- Б. наличие эффективных заменителей поставляемой продукции;
- В. высокий уровень вертикальной интеграции производства у потребителей;
- Г. высокий уровень специализации потребителей на выпуске конкретной продукции.

**15. Укажите характеристики, присущие модели монополистической конкуренции:**

- А. большое количество предприятий, реализующих дифференцированную продукцию;
- Б. узкий диапазон контроля цен;
- В. эластичный спрос;
- Г. все ответы правильные

**16. Отметить ключевые конкурентные преимущества, характерные для стратегии сегментирования рынка:**

- А. комплексное обслуживание сегмента рынка;
- Б. уникальность продукции, ее высокое качество или особенный дизайн;
- В. работа в новой рыночной нише, где отсутствуют конкуренты;
- Г. нет правильного ответа.

**17. Лидерство в ценах, активная неценовая конкуренция являются показателями:**

- А. олигополистической конкуренции;
- Б. монополистической конкуренции;
- В. чистой монополии;
- Г. нет правильного ответа.

**18. Укажите конкурентные стратегии по Ф. Котлеру:**

- А. «рыночные лидеры»; «челенджеры»; «последователи»; «нишеры»;
- Б. «дойные коровы», «трудные дети»; «звезды»; «собаки»;
- В. «виоленты»; «пациенты»; «эксплеренты»; «коммутанты»;
- Г. «львы»; «лисы»; «ласточки»; «мыши».

**19. Укажите базовые конкурентные стратегии по М. Портеру:**

- А. интеграция; диверсификация; глубокое внедрение на рынок;
- Б. захват на рынке, защита рынка; атака; сосредоточение;
- В. дифференциация; доминирование по издержкам; фокусирование;
- Г. перехват; блокировка; окружение; следование по курсу.

**20. Укажите характеристики, присущие модели чистой монополии:**

- А. небольшое число предприятий на рынке;
- Б. преимущественно неценовая конкуренция;
- В. наличие существенных «входных барьеров» в отрасль;
- Г. нет правильного ответа.

**21. Уровень «входного барьера» в отрасль определяется фактором:**

- А. потребность в дополнительных капитальных вложениях;
- Б. высокая эффективность системы поставок;
- В. отсутствие ограничений доступа к сырью;
- Г. необходимость социальной защиты прав потребителей.

**22. К основным конкурентным силам (по М. Портеру) нельзя отнести:**

- А. предприятия-производители аналогичной продукции;
- Б. производители товаров-заменителей;
- В. поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий;
- Г. предприятия, включенные в инфраструктуру рынка.

**23. Для какой стратегии характерно: спрос на выпускаемую продукцию достаточно разнообразен по структуре, а конкуренция происходит преимущественно в неценовой области?**

- А. стратегия дифференциации продукции;
- Б. стратегия снижения себестоимости продукции;
- В. стратегия сегментирования рынка;
- Г. стратегия внедрения новшеств.

**24. Для оценки конкурентоспособности товара используются две группы сравнительных параметров:**

- А. аналитические и графические;
- Б. потребительские и экономические;
- В. единичные и интегральные;
- Г. структурные и функциональные.

**25. Для какой стратегии характерно: ужесточение входного барьера в отрасль за счет наличия сформировавшихся предпочтений потребителей; вытеснение товаров-заменителей путем укрепления связей с потребителями?**

- А. стратегия дифференциации продукции;
- Б. стратегия снижения себестоимости продукции;
- В. стратегия сегментирования рынка;
- Г. стратегия внедрения новшеств.



**26. Для какой стратегии характерно: получение сверхприбыли за счет монопольно устанавливаемых цен; отсутствие товаров-заменителей?**

- А. стратегия дифференциации продукции;
- Б. стратегия снижения себестоимости продукции;
- В. стратегия сегментирования рынка;
- Г. стратегия внедрения новшеств.

**27. Для какой стратегии характерно: создание имиджа предприятия, заботящегося о потребностях конкретных групп покупателей; комплексное обслуживание целевого рынка?**

- А. стратегия дифференциации продукции;
- Б. стратегия снижения себестоимости продукции
- В. стратегия сегментирования рынка;
- Г. стратегия внедрения новшеств.

**28. Что в наибольшей степени может способствовать увеличению масштабов производства в условиях монополистической конкуренции?**

- А. технологический прорыв, позволяющий резко удешевить выпускаемую продукцию;
- Б. увеличение загрузки используемого оборудования;
- В. повышение квалификации работников предприятия;
- Г. увеличение объема оборотных средств.

**29. Какая подсистема может входить в состав общей системы управления конкурентоспособностью предприятия?**

- А. подсистема менеджмента качества;
- Б. подсистема менеджмента ресурсов;
- В. подсистема интегрированной логистической поддержки;
- Г. все три подсистемы.

**30. Уровень «входного барьера» в отрасль не определяется фактором:**

- А. преимущественный тип производств в отрасли и связанный с ним уровень отраслевой себестоимости;
- Б. степень дифференцированности продукции;
- В. доступность каналов распределения продукции;
- Г. величина налоговых льгот, дотаций и льготных кредитов.

**Ключ к тестам:**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
А	А	А	Б	Б	В	Г	Б	Б	Б	Г	А	А	А	Г
<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>
А	А	А	В	Г	А	А	А	Б	Б	Г	В	А	Г	Г

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### ***а) основная учебная литература:***

1) Горбашко, Е.А. Управление конкурентоспособностью: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е.А. Горбашко; Ред. Е.А. Горбашко, И.А., Максимцев. — М.: Юрайт, 2017. — 447 с.

2) Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью: учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. — 2-е изд. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 397 с. — ISBN 978-5-4486-0458-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/79818.htm>

3) Шабашова, Л.А. Управление конкурентоспособностью строительной организации [Электронный ресурс]: Опорный конспект лекций/ Л.А. Шабашова. — Электрон. текстовые дан. — Симферополь: АНО "ООВО" "УЭУ", 2019. - 68 с.

### ***б) дополнительная литература:***

1) Береговая, И. Б. Управление конкурентоспособностью социально-экономических систем. Теория и методология: монография / И. Б. Береговая, О. М. Калиева. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 250 с. — ISBN 978-5-7410-1738-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71346.htm>

2) Никитина, Е.А. Управление конкурентоспособностью предприятия: учебное пособие / Е.А. Никитина, С.П. Гавриловская, Л.В. Хлебенских. — Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2016. — 114 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80449.html>

3) Управление конкурентоспособностью организации: монография / Л.А. Сафонова, Г.Н. Смолвик, С.С. Талдонова [и др.]. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. — 154 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/69564.html>

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

- 1) <http://www.libertarium.ru/library> — библиотека материалов по экономической тематике.
- 2) <http://www.finansy.ru> — материалы по социально-экономическому положению и развитию в России.
- 3) <http://www.rbc.ru> - РосБизнесКонсалтинг.
- 4) <http://www.gks.ru> – Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации.
- 5) Всемирный экономический форум/ [www.weforum.org/gcr](http://www.weforum.org/gcr)
- 6) Министерство экономического развития и торговли/ [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)
- 7) Совет по национальной конкурентоспособности/ [naso.ru](http://naso.ru)

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

При проведении лекций, лабораторных занятий, самостоятельной работе студентов применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения студентов в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

- 1) Творческое задание. Выполнение творческих заданий требуют от студента воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода.
- 2) Групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

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

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google chrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например,

проигрыватель «Windows Media Player»);

- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Для преподавания дисциплины не требуется специальных материально-технических средств (лабораторного оборудования, компьютерных классов и т.п.). Однако во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала. Выполнение расчетно-графических работ может проводиться в компьютерном классе.